MARKETING - MARKETING DIGITAL

Marketing digital intermédiaire : outiller, automatiser et optimiser

Les campagnes tournent, la base de contacts grossit et le budget média augmente, mais la performance stagne. Les canaux sont pilotés séparément, le plan de marquage est incomplet, les relances partent au même rythme pour tout le monde et personne ne sait quel canal a réellement contribué à la vente. Les arbitrages budgétaires se font alors au ressenti. Ces deux jours partent de l'existant. Le participant audite la performance existante à partir des données disponibles, structure ses campagnes payantes et ses contenus de fond, met en place des scénarios de courriel déclenchés par le comportement puis apprend à conduire un test et à lire une attribution pour arbitrer son budget.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 640 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Chargés de marketing digital responsables acquisition et community managers pilotant déjà des campagnes et disposant d'outils de mesure.

PRÉREQUIS
Pratiquer le marketing digital au quotidien et avoir accès aux outils de mesure et de campagne de sa structure.

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Auditer la performance des canaux à partir des données déjà collectées
- Contrôler la qualité d'un plan de marquage et des conversions suivies
- Structurer un compte publicitaire et ses segments de campagne
- Concevoir des scénarios de courriel déclenchés par le comportement des contacts
- Conduire un test comparatif et interpréter ses résultats
- Arbitrer un budget entre canaux à partir du coût par conversion

03 Programme détaillé

M1 Audit de la performance existante

- Partir des données déjà disponibles
- Cartographie des canaux et de leur contribution apparente
- Qualité du plan de marquage et fiabilité des conversions suivies
- Lecture des parcours et repérage des points de déperdition
- Coût d'acquisition par canal et par offre
- Priorisation des chantiers d'optimisation
- Atelier : Chaque participant établit le diagnostic de son propre tableau de bord et liste ses trois chantiers prioritaires.

M2 Acquisition payante et référencement avancé

- Faire travailler le budget média
- Structure de compte et segmentation des campagnes
- Enchères ciblages et audiences personnalisées
- Pages d'arrivée dédiées et continuité du message
- Contenus de fond maillage interne et pages qui progressent
- Suivi des positions et arbitrage entre trafic payant et trafic naturel
- Cas pratique : Les participants restructurent une campagne dispersée en segments cohérents et justifient leur découpage.

M3 Automatisation et gestion de la relation

- Industrialiser sans perdre la pertinence
- Scénarios de courriel déclenchés par le comportement
- Segmentation de la base et scoring des contacts
- Connexion entre outil de campagne et fichier client
- Relance de panier et réactivation des contacts inactifs
- Gestion du consentement des préférences et de la pression commerciale
- Atelier : Chaque groupe écrit un scénario de relance complet avec ses conditions de déclenchement et ses messages.

M4 Test mesure et arbitrage budgétaire

- Décider sur preuve plutôt que sur impression
- Protocole d'un test comparatif et volume nécessaire pour conclure
- Modèles d'attribution et lecture des contributions par canal
- Tableau de bord de pilotage hebdomadaire
- Arbitrage entre canaux à partir du coût par conversion
- Présentation des résultats et des demandes de budget à la direction
- Mise en situation : Un participant défend devant un comité fictif le transfert d'une part du budget d'un canal vers un autre.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
• OPCO et plan de développement des compétences
• FAF et CFP
• France Travail
• Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 640 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr