PROGRAMME DE FORMATION

# Acquisition digitale

**DURÉE :** 2 jours | 14 heures

**MODALITÉ D'ORGANISATION :** Mixte

## Informations

### PUBLIC VISÉ

Professionnels du webmarketing, chargés de communication et responsables d'acquisition

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Identifier les canaux d'acquisition digitale adaptés à ses objectifs.

Définir ses cibles, ses partenaires et ses leviers de génération de trafic.

Améliorer la conversion et la fidélisation à partir d'une approche data-driven.

### PRÉREQUIS

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet, une expérience dans la gestion d'un site web est un plus.

### ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

# Modalités pédagogiques

## MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en acquisition digitale : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.
Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires. Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

## MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

**Moyens pédagogiques**

Formateur expert en marketing digital, expérimenté en formation pour adultes.
En présentiel : salle équipée d'un ordinateur par stagiaire avec connexion internet et accès aux outils étudiés, vidéoprojecteur et paperboard.
À distance : classe virtuelle (Teams ou Zoom) avec partage d'écran et prise en main à distance si besoin.
Assistance pédagogique et technique joignable par mail (assistance@modula-formation.com) ou par téléphone (05 56 44 58 68), avec un délai de réponse sous 48 h, du lundi au vendredi de 8 h à 18 h.

**Supports pédagogiques**

Support de cours numérique remis à chaque stagiaire en fin de formation.
Exercices et cas pratiques tirés de situations professionnelles.
Fiches mémo récapitulatives (méthodes et outils essentiels).
Accès aux ressources complémentaires après la formation (tutoriels, exercices d'entraînement).

**Plateforme Modula**

Tout au long de sa formation, chaque stagiaire dispose d'un accès personnel à la plateforme Modula : suivi de son inscription, consultation du calendrier et du lieu de formation, réalisation du test de positionnement, des évaluations et du questionnaire de satisfaction, et téléchargement de ses attestations et certificats de formation.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau
En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.
À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.
Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

## Contenu pédagogique

### 01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.
- Identifier tous les canaux d'acquisition sur le web 3.0
- Le paysage technologique en évolution : web, mobile, tablettes, IoT.
- Connectivité et géolocalisation, à tout moment, en tout lieu et sur tout support.
- Panorama des canaux d'acquisition : atouts et limites de chacun.
- Définir ses cibles et ses partenaires.

### 02 - Définir ses cibles clients : les personas et identifier les partenaires clés

- Définir ses cibles clients : les personas, formaliser sa proposition de valeur, le business model canevas.

### 03 - Identifier les partenaires clés

- Identifier les partenaires clés : déterminer les canaux à privilégier pour l'acquisition.
- Générer du trafic sur le web : focus RGPD, gestion du consentement.

### 04 - Améliorer son référencement naturel : les apports de ChatGPT

- Améliorer son référencement naturel : les apports de ChatGPT.
- Préparer une campagne Google Ads.

### 05 - Les partenaires et l'affiliation

- Les partenaires et l'affiliation : les leviers promotionnels, le display (native ads, programmatique).
- Focus newsletter et scénarios de marketing automation : augmenter le taux de conversion des internautes.

### 06 - Valider les acquis et clôturer la formation

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

## Modalités d'évaluation

**Avant la formation** : audit des besoins et du niveau

**En cours de formation** : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

**À la fin de la formation** : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

**Formation qualifiante** : certificat de réalisation en fin de formation