



Slo Learn

SLO LEARN
24 RUE DE CLICHY, 75009
PARIS
SIRET : 10051186400017

Programme de formation

Développer le marketing opérationnel et la communication digitale

- Identifier les fondamentaux du marketing opérationnel et analyser les besoins d'un marché cible
- Concevoir et structurer un plan d'action marketing opérationnel adapté aux objectifs de l'entreprise
- Déployer une stratégie de communication digitale efficace sur les différents canaux numériques
- Produire et diffuser des contenus digitaux attractifs afin d'améliorer la visibilité et l'engagement
- Mesurer, analyser et optimiser les performances des actions marketing et de communication digitale à l'aide d'indicateurs adaptés

🌐 07 49 41 72 01

📧 slolearn.contact@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement :

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation :

La formation se déroule en présentiel au région parisienne.

Accessibilité :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.
Contact : slolearn.contact@gmail.com / 07 49 41 72 01

Délai et modalités d'accès :

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique

Public concerné :

- Responsables marketing et communication
- Chargés de communication
- Entrepreneurs et dirigeants de TPE/PME
- Commerciaux souhaitant renforcer leur visibilité digitale
- Toute personne souhaitant développer des compétences en marketing
- opérationnel et communication digitale

Prérequis :

- Maîtriser les outils bureautiques et la navigation Internet
- Utiliser régulièrement les réseaux sociaux ou outils numériques
- Être impliqué dans une activité commerciale, marketing ou communication

Objectifs pédagogiques et compétences visées :

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

- Identifier les fondamentaux du marketing opérationnel et analyser les besoins d'un marché cible
- Concevoir et structurer un plan d'action marketing opérationnel adapté aux objectifs de l'entreprise
- Déployer une stratégie de communication digitale efficace sur les différents canaux numériques
- Produire et diffuser des contenus digitaux attractifs afin d'améliorer la visibilité et l'engagement
- Mesurer, analyser et optimiser les performances des actions marketing et de communication digitale à l'aide d'indicateurs adaptés

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux pour illustrer les concepts
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet et d'outils pratiques adaptés au contexte des participants
- Accompagnement individualisé : Temps dédiés au coaching individuel et à la personnalisation des apprentissages
- Évaluations formatives : Exercices d'auto-évaluation et quiz permettant de mesurer la progression des acquis tout au long de la formation

Durée

21 heures

Tarif

700 € TTC

Planning de formation

Jour 1 : Fondamentaux du marketing opérationnel

08h00 – 08h30 : Accueil des participants et cadrage de la formation

- Identifier les attentes et besoins des participants
- Présenter les objectifs pédagogiques et le déroulement
- Définir les règles de fonctionnement et les modalités d'évaluation

08h30 – 10h00 : Comprendre les bases du marketing opérationnel

- Identifier les principes fondamentaux du marketing opérationnel
- Différencier marketing stratégique et marketing opérationnel
- Analyser les leviers d'attractivité et de différenciation d'une offre

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Analyser son marché et ses clients

- Identifier les cibles et segments de clientèle
- Construire des personas marketing adaptés
- Analyser les comportements et attentes des consommateurs

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Construire un plan d'action marketing

- Définir des objectifs marketing mesurables
- Structurer un plan d'action opérationnel
- Prioriser les actions selon les ressources disponibles

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Déployer des actions commerciales efficaces

- Concevoir des actions promotionnelles adaptées
- Utiliser les outils de fidélisation client
- Développer des techniques de communication commerciale performantes

Jour 2 : Développer sa communication digitale

08h00 – 08h30 : Réactivation des acquis et introduction

- Consolider les notions abordées la veille
- Identifier les enjeux de la communication digitale
- Définir les objectifs de visibilité numérique

08h30 – 10h00 : Comprendre les réseaux sociaux et leurs usages

- Identifier les spécificités des principaux réseaux sociaux
- Sélectionner les canaux adaptés à son activité
- Structurer une ligne éditoriale cohérente

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Produire des contenus digitaux attractifs

- Concevoir des publications engageantes
- Utiliser les techniques de rédaction web
- Créer des visuels et messages adaptés aux cibles

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Organiser et planifier sa communication

- Construire un calendrier éditorial
- Programmer des campagnes digitales efficaces
- Structurer une stratégie de publication régulière

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Développer sa visibilité en ligne

- Identifier les bonnes pratiques du référencement naturel
- Optimiser la présence digitale d'une entreprise
- Utiliser les outils numériques pour accroître l'audience

Jour 3 : Piloter et optimiser ses actions marketing digitales

08h00 – 08h30 : Synthèse des acquis et objectifs de la journée

- Réactiver les notions clés des journées précédentes
- Identifier les axes d'amélioration individuels
- Structurer les objectifs opérationnels de fin de formation

08h30 – 10h00 : Mesurer les performances marketing

- Identifier les indicateurs clés de performance
- Analyser les résultats des campagnes marketing
- Construire des tableaux de suivi adaptés

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Optimiser sa stratégie digitale

- Identifier les actions correctives pertinentes
- Adapter les campagnes selon les résultats obtenus
- Développer une démarche d'amélioration continue

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Atelier pratique – Élaborer une mini stratégie digitale

- Construire un plan de communication digitale complet
- Définir des objectifs et indicateurs de performance
- Présenter une stratégie adaptée à un cas concret

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Évaluation finale et clôture de la formation

- Réaliser une mise en situation professionnelle
- Présenter un plan d'action marketing opérationnel
- Formaliser les acquis et axes de progression

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation professionnelle permettant à chaque participant de démontrer sa capacité à construire et piloter une stratégie de marketing opérationnel et de communication digitale, suivie d'un débriefing individualisé avec le formateur.