Marketing digital : les fondamentaux

Créer et développer la visibilité en ligne de son entreprise — identité visuelle · site internet · référencement (SEO/SEA) · réseaux sociaux — 100 % à distance, en direct par visioconférence.

14 h	100 % distanciel	1 à 8	1 190 € net
DURÉE · 2 JOURS DE 7 H	CLASSE VIRTUELLE · GOOGLE MEET	PARTICIPANTS	PAR PARTICIPANT

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Identifier les leviers du marketing digital et leurs apports pour l'entreprise ;
- Définir l'identité visuelle de son entreprise (logo, charte graphique) en cohérence avec son image de marque ;
- Structurer un site internet vitrine efficace : arborescence, contenus, ergonomie ;
- Appliquer les techniques de référencement naturel (SEO) et paramétrer une première campagne payante (SEA) ;
- Sélectionner les réseaux sociaux adaptés à sa cible, créer des comptes professionnels et bâtir une ligne éditoriale ;
- Mesurer la performance de ses actions à l'aide d'indicateurs clés (KPI) et ajuster sa stratégie digitale.

PUBLIC CIBLE & ANALYSE DU BESOIN

Cette formation s'adresse aux professionnels souhaitant développer la visibilité en ligne de leur activité : dirigeants de TPE/PME, créateurs et repreneurs d'entreprise, indépendants et freelances, ainsi qu'aux salariés en charge de la communication ou du marketing.

Un questionnaire de positionnement, adressé en amont de l'entrée en formation, permet d'analyser le besoin de chaque bénéficiaire (secteur d'activité, maturité digitale, outils déjà en place, objectifs de visibilité) et d'adapter les ateliers pratiques au projet réel du stagiaire. La formation peut être individualisée afin de répondre précisément au besoin identifié.

PRÉREQUIS

Aucun niveau de connaissance particulier n'est requis avant l'entrée en formation. La formation est ouverte à tous les niveaux, à partir de 18 ans. Seuls sont nécessaires :

- La maîtrise de la langue française (écrit et oral) ;
- Un ordinateur, une tablette ou un smartphone avec connexion internet stable ;
- Une webcam et un micro fonctionnels, et l'accès à la visioconférence Google Meet (navigateur ou application).

PARCOURS PÉDAGOGIQUE — 6 MODULES · 14 H

Un parcours progressif : des fondations de l'image de marque jusqu'au pilotage de la stratégie digitale.

1 MODULE 1 — Comprendre le marketing digital — 2 h

Objectif : *Situer les enjeux et les leviers du marketing digital pour l'entreprise.*

- Définition et périmètre du marketing digital : supports et canaux web ;
- Les 10 avantages pour l'entreprise : interaction directe, personnalisation, fidélisation, maîtrise des coûts, disponibilité 7 j/7 ;
- Visibilité, image de marque, ouverture à l'international et génération de leads ;
- Panorama des leviers : site, référencement, réseaux sociaux, e-mailing, publicité ;
- Vocabulaire clé du digital et premiers indicateurs de performance (KPI).

2 MODULE 2 — Logo et charte graphique — 2 h

Objectif : *Définir une identité visuelle professionnelle et cohérente.*

- Le rôle du logo : première image perçue par le client, socle de la marque ;
- Règles de conception : typographies, signification des couleurs, simplicité et déclinabilité sur tous les supports ;
- Créer soi-même son logo : atelier pratique guidé sur Canva ;
- Faire appel à un professionnel : budgets constatés, plateformes, rédaction d'un brief créatif ;
- Formaliser sa charte graphique : couleurs, polices, usages.

3 MODULE 3 — Le site internet — 3 h

Objectif : *Structurer un site vitrine efficace et conforme.*

- Arborescence et pages essentielles d'un site vitrine ;
- Panorama des solutions de création : CMS (WordPress, Wix…), création accompagnée, prestataire ;
- Bonnes pratiques d'ergonomie, de lisibilité et de rédaction web ;
- Mentions légales et obligations du site professionnel ;
- Atelier : maquette de la page d'accueil appliquée à l'activité du stagiaire.

4 MODULE 4 — Référencement naturel et payant — 3 h

Objectif : *Améliorer le positionnement de son site et initier une campagne payante.*

- Fonctionnement des moteurs de recherche et logiques de classement ;
- SEO : stratégie de mots-clés, optimisation des contenus et balises, bases techniques ;
- SEA : principe des campagnes Google Ads, budget, enchères et ciblage ;
- Complémentarité SEO / SEA et arbitrages budgétaires ;
- Atelier : recherche et sélection de mots-clés pour son activité.

5 MODULE 5 — Les réseaux sociaux — 3 h

Objectif : *Déployer une présence sociale adaptée à sa cible et l'animer.*

- Choisir ses réseaux selon sa cible : Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube… ;
- Créer et paramétrer des comptes professionnels ;
- Ligne éditoriale, formats de contenus et calendrier de publication ;
- Community management : animation, modération, interaction avec la communauté ;
- Publicité sociale : principes et premiers ciblages ;
- Atelier : plan de publication sur un mois pour l'activité du stagiaire.

6 MODULE 6 — Piloter sa stratégie digitale — 1 h

Objectif : *Mesurer ses résultats et construire son plan d'action.*

- KPI essentiels : trafic, engagement, conversion ;
- Outils de mesure et tableaux de bord simples ;
- Construire son plan d'action digital post-formation ;
- Évaluation finale des acquis (QCM) et bilan de la formation.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports théoriques, de démonstrations et d'ateliers pratiques ;
- Exercices appliqués au projet et à l'activité réelle de chaque stagiaire ;
- Démonstrations en direct : Canva, CMS, Google Ads, plateformes sociales ;
- Rythme et contenus ajustés selon le positionnement initial et la progression ;
- Support de formation projeté puis remis à chaque participant.

MODALITÉS TECHNIQUES (FOAD)

- Classe virtuelle synchrone Google Meet, animée en direct par le formateur ;
- Partage d'écran pour les démonstrations (Canva, CMS, Google Ads…) ;
- Connexion internet stable, webcam et micro fonctionnels requis ;
- Lien de connexion et tutoriel adressés avant l'entrée en formation ;
- Supports envoyés par e-mail après chaque session.

SUIVI DE L'EXÉCUTION

- Feuilles d'émargement signées par demi-journée / session ;
- Statistiques et relevés de connexion à la classe virtuelle attestant le suivi effectif des séquences à distance ;
- Relances et alertes en cas de décrochage ou d'absence de connexion ;
- Attestation de présence remise à l'issue de la formation ;
- Certificat de réalisation transmis au financeur le cas échéant.

ASSISTANCE TECHNIQUE & PÉDAGOGIQUE

Le formateur, référent pédagogique, est joignable par e-mail avec une réponse sous 24 h ouvrées ; une assistance technique est assurée avant et pendant chaque session à distance.

Contact : Sébastien Cancé · 06 47 33 92 48 · scschoolof92@gmail.com

MODALITÉS D'ÉVALUATION

AVANT LA FORMATION

- Questionnaire de positionnement (≈ 30 min) : niveau, contexte professionnel, adaptation des ateliers.

PENDANT LA FORMATION

- Évaluation continue : exercices et ateliers corrigés en direct ;
- Quiz d'auto-évaluation à chaque fin de module ;
- Questions / réponses à chaque séquence.

À L'ISSUE DE LA FORMATION

- Évaluation finale des acquis par QCM ;
- Restitution individuelle : points forts, axes d'amélioration ;
- Plan d'action digital co-construit ;
- Satisfaction à chaud puis à froid (J+30).

BILAN, RECONNAISSANCE & SANCTION DE LA FORMATION

La formation donne lieu à la délivrance d'une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis, conformément à l'article L.6353-1 du Code du travail.

Type de reconnaissance : il s'agit d'une action de formation professionnelle continue (développement des compétences). Cette formation n'est pas certifiante : elle ne figure ni au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) ni au Répertoire spécifique (RS), et ne délivre ni diplôme ni titre. En conséquence, elle n'ouvre pas de droit de poursuite d'études ni d'équivalence ; elle est sanctionnée par l'attestation de fin de formation mentionnée ci-dessus.

MODALITÉS TARIFAIRES

1 190 € net de taxes par participant pour la totalité du parcours (14 h), incluant les séances, les supports pédagogiques et le suivi individualisé. Intra-entreprise ou parcours sur mesure : sur devis.

Règlement par virement bancaire, le cas échéant échelonné :

- 1er versement de 357 € à l'entrée en formation ;
- 2e versement de 416,50 € à mi-parcours ;
- 3e versement de 416,50 € à l'issue de la formation.

Les modalités définitives sont précisées dans le contrat / la convention de formation.

DÉLAI & MODALITÉS D'ACCÈS

- Prise de contact par e-mail ou téléphone, puis entretien préalable gratuit pour cadrer le besoin et valider l'adéquation ;
- Entrée en formation sous 2 à 4 semaines après signature du contrat ou de la convention, aux dates convenues ;
- Contrat conclu avec un particulier : délai de rétractation de 10 jours (art. L.6353-5 du Code du travail), aucune somme exigée durant ce délai.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Une attention particulière est portée à l'accessibilité des formations. Les personnes en situation de handicap sont invitées à prendre contact en amont de leur inscription afin d'étudier ensemble les aménagements possibles (rythme, supports, outils techniques). Chaque situation est examinée individuellement par le référent handicap, M. Sébastien Cancé. Contact : scschoolof92@gmail.com – 06 47 33 92 48.

INDICATEURS DE RÉSULTATS ET DE SATISFACTION

SC SCHOOL suit et publie, pour cette formation, les indicateurs de résultats et de satisfaction suivants :

INDICATEUR	RÉSULTAT
Année de la session	2026
Nombre de stagiaires	1
Taux de satisfaction	100 %
Taux d'abandon	0 %
Taux d'interruption en cours de prestation	0 %
Taux de réalisation des heures de formation	100 %

Méthode de calcul. Taux de satisfaction = part de réponses favorables aux questionnaires de satisfaction. Taux d'abandon = abandons en cours de parcours / stagiaires inscrits. Taux d'interruption = interruptions pour cause autre qu'abandon / inscrits. Taux de réalisation des heures = heures effectivement réalisées / heures prévues. La formation étant dispensée en FOAD synchrone (classe virtuelle en direct), le taux de progression propre à la FOAD asynchrone n'est pas applicable ; le suivi repose sur l'émargement et les relevés de connexion. Premiers résultats issus de la session de septembre 2026 (1 stagiaire) ; indicateurs actualisés au moins une fois par an et communiqués sur simple demande.

PROFIL & ENCADREMENT DU FORMATEUR

Sébastien Cancé — Président & formateur. M. Sébastien Cancé exerce depuis 2019 les fonctions de responsable opérationnel, marketing et communication et de formateur en marketing digital au sein d'un organisme de formation, où il anime des formations sur le SEO, les réseaux sociaux et la création de sites internet et encadre une équipe de six personnes. Il est titulaire d'un Mastère 2 Communication et journalisme sportif (titre RNCP de niveau 7, École Apollon, 2021), d'une licence 3 Management du sport (Faculté STAPS d'Orsay) et d'un DUT Gestion des entreprises et des administrations (IUT de Sceaux, 2018). Il maîtrise les outils de création et de diffusion (suite Adobe, Canva, WordPress, Google Ads, Meta) mobilisés dans la présente action de formation, dont les objectifs sont en adéquation directe avec son parcours et son expérience de formateur.

ANNEXE AU PROGRAMME — FOAD

Conformément à l'article D.6313-3-1 du Code du travail et à la loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 — applicable lorsque la formation est suivie à distance.

Format de la formation. La formation se déroule intégralement en mode FOAD (formation ouverte à distance), en classe virtuelle synchrone via Google Meet. Le stagiaire suit la formation depuis son domicile ou son lieu de travail tout en bénéficiant d'une interaction en temps réel avec le formateur.

Matériel requis.

» Ordinateur (recommandé), tablette ou smartphone ;

» Connexion internet stable, micro et caméra fonctionnels ;

» Accès à la plateforme de visioconférence (Google Meet).

Accès aux supports. À l'issue de chaque session, le participant reçoit les supports pédagogiques (PDF, trames et outils pratiques, ressources complémentaires) par e-mail.

Suivi & accompagnement.

» Le formateur est disponible tout au long de la formation pour toute question technique ou pédagogique ;

» Un suivi post-formation est proposé pour accompagner la mise en œuvre du plan d'action digital.

Identification de l'organisme de formation. SC SCHOOL, société par actions simplifiée à associé unique au capital de 1 000 €, immatriculée au RCS de Nanterre sous le n° 108 668 716. Siège social : 32 Rue de Paris, 92100 Boulogne-Billancourt. Représentée par son Président, M. Sébastien Cancé. Contact : scschoolof92@gmail.com – 06 47 33 92 48.