



## Tableau de Correspondance entre le Programme de Formation et le Référentiel de Compétences

### Compétences du Référentiel Programme de Formation

<b>Comprendre les Fondamentaux du Marketing Digital</b>	<b>Jour 1 :</b> Introduction au Marketing Digital - Concepts clés, terminologie, et tendances actuelles dans le marketing digital.
<b>Élaborer une Stratégie de Marketing Digital</b>	<b>Jour 1 :</b> Stratégie Digitale - Processus pour définir des objectifs, identifier des publics cibles, et élaborer des stratégies cohérentes.
<b>Optimiser le Référencement Naturel (SEO)</b>	<b>Jour 2 :</b> SEO - Techniques pour améliorer la visibilité en ligne grâce au référencement naturel et à l'optimisation des moteurs de recherche.
<b>Conduire des Campagnes Publicitaires en Ligne (SEA)</b>	<b>Jour 2 :</b> SEA - Utilisation de Google Ads et d'autres plateformes pour créer et gérer des campagnes publicitaires efficaces.
<b>Utiliser les Réseaux Sociaux pour le Marketing</b>	<b>Jour 3 :</b> Réseaux Sociaux - Stratégies pour engager les utilisateurs sur les réseaux sociaux et créer du contenu pertinent et engageant.
<b>Analyser les Performances de Marketing Digital</b>	<b>Jour 3 :</b> Analyse de Données - Utilisation d'outils d'analyse (comme Google Analytics) pour mesurer l'efficacité des campagnes et optimiser les stratégies.
<b>Gérer la Relation Client par le Digital (CRM)</b>	<b>Jour 4 :</b> CRM - Outils et techniques pour gérer la relation client de manière efficace et personnalisée en utilisant des plateformes CRM.
<b>Créer et Gérer le Contenu pour le Marketing Digital</b>	<b>Jour 4 :</b> Content Marketing - Techniques de création et de gestion de contenu pour attirer et convertir les prospects en clients.