



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

Compétences du Référentiel Programme de Formation

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