Communication digitale

Non-certifiante | Formation continue

Réf. : 26206589F — Mise à jour : 12 mai 2026

Organisme responsable : **SENZA**

Présentation de la formation

Objectifs

- Mettre en place une stratégie webmarketing
- Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
- Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing
- Acquérir les compétences pour planifier, créer et optimiser des campagnes publicitaires digitales
- Maîtriser les fondamentaux du SEO pour améliorer sa visibilité organique
- Gérer et animer ses réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, Youtube, Linkedin, Pinterest)

Programme

1 - Définir les objectifs webmarketing

- Analyser l'environnement et les tendances du secteur
- Définir les objectifs commerciaux et les indicateurs de performance
- Utiliser l'IA (ChatGPT) pour formuler des objectifs SMART
- Évaluer les besoins budgétaires
- Identifier les cibles et affiner le ciblage

2 - Concevoir la stratégie webmarketing

- Choisir les canaux d'acquisition : SEA, réseaux sociaux, emailing, remarketing
- Combiner les stratégies SEO et SEA
- Construire un tunnel de conversion
- Planifier les campagnes Google Ads et Meta Ads
- Optimiser les annonces avec l'IA
- Mettre en place le retargeting

3 - Élaborer le plan d'action

- Construire un calendrier d'actions
- Rechercher des mots-clés et segmenter les audiences avec l'IA
- Définir les visuels et messages
- Optimiser les landing pages
- Suivre le CPA et gérer le budget
- Intégrer accessibilité et inclusivité

4 - Mettre en œuvre le référencement naturel

- Réaliser un audit SEO et améliorer l'expérience utilisateur
- Déployer une stratégie de contenu basée sur les mots-clés
- Optimiser les aspects techniques du SEO
- Développer la popularité via les backlinks
- Suivre les performances (Analytics, Search Console)

5 - Communication sur les réseaux sociaux

- Comprendre les bases du community management
- Définir une stratégie social media
- Choisir les réseaux adaptés
- Utiliser Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn
- Créer des contenus engageants
- Mettre en place des partenariats influenceurs

6 - Piloter la performance

- Créer des tableaux de bord
- Mesurer les coûts et le ROI
- Assurer une veille concurrentielle
- Analyser les données (Analytics, Meta Business Suite)
- Ajuster la stratégie selon les résultats

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée
Sans niveau spécifique

Niveau de sortie
Sans niveau spécifique

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2277289S	Mixte	Rennes	15/06/2026	31/12/2026
2277293S	Mixte	Brest	15/06/2026	31/12/2026
2277296S	Mixte	Lorient	15/06/2026	31/12/2026
2277297S	Mixte	Quimper	15/06/2026	31/12/2026

Source : GREF Bretagne #26206589F