

Marketing digital, e-business et entreprenariat

Cette formation permet d'acquérir une vision complète du marketing digital et du développement d'activité en ligne. Elle combine stratégie marketing, gestion de projet digital et création d'activité, afin de former des profils capables de piloter des actions commerciales et digitales de bout en bout. L'objectif est de maîtriser les outils du marketing digital, développer un projet e-business et structurer une activité entrepreneuriale.

Cours Pratique de 2 à 4 jours

Prix 2026/27 1 590€ HT

PARTICIPANTS	Chefs de projet, responsables digitaux, entrepreneurs, freelances, professionnels du marketing et de la communication.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les intervenants sont des professionnels expérimentés, alliant expertise terrain et maîtrise des pratiques pédagogiques. Ils accompagnent régulièrement des équipes en entreprise et adaptent leurs interventions aux réalités opérationnelles des participants. Leur approche repose sur le partage d'expérience, des cas concrets et une forte orientation résultats.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	L'acquisition des compétences est appréciée tout au long du parcours à travers des mises en situation, des exercices pratiques et des échanges avec le formateur. Un positionnement en début de formation permet d'identifier les attentes, tandis qu'un bilan en fin de parcours vient mesurer les progrès réalisés et les axes de développement.
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES	La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail. En cas de problème de connexion pour vos formations à distance, merci de contacter votre référent M. Galdemar : baptistegaldemar@formeaformation.com
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Contactez nos référents handicap : baptistegaldemar@formeaformation.com zinebzahidi@formeaformation.com Nous étudierons votre demande avec attention afin de vous proposer des solutions adaptées.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Concevoir et piloter une stratégie marketing digitale
- Développer une activité e-business
- Mettre en œuvre des actions commerciales et digitales
- Gérer la relation client et la communication
- Structurer un projet entrepreneurial

LE PROGRAMME

1) Comprendre les fondamentaux du marketing et du digital

- Analyser un marché et comprendre les comportements clients
- Identifier les tendances du digital et du e-commerce
- Construire une stratégie marketing adaptée
- Définir un positionnement et une offre

Cas pratique : analyse d'un marché et définition d'un positionnement

2) Déployer une stratégie marketing digitale

- Mettre en place des actions de communication digitale
- Utiliser les leviers d'acquisition (SEO, réseaux sociaux, contenu)
- Construire une présence en ligne cohérente
- Développer une stratégie multicanale

Mise en situation : création d'un plan marketing digital

3) Développer une activité e-business

- Créer et structurer un projet digital
- Comprendre les modèles économiques en ligne
- Lancer et gérer une activité e-commerce
- Optimiser l'expérience utilisateur

Cas pratique : construction d'un projet e-business

4) Gérer la relation client et les actions commerciales

- Développer une stratégie de relation client
- Mettre en place des actions de prospection
- Conduire des entretiens commerciaux
- Fidéliser et développer la clientèle

Mise en situation : simulation de relation client et vente

5) Piloter et optimiser la performance

- Définir des indicateurs de performance (KPI)
- Analyser les résultats des actions marketing
- Optimiser les campagnes et les parcours clients
- Adapter la stratégie en continu

Cas pratique : analyse de performance et recommandations