



FORMATION **Acquisition digitale**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les leviers d'acquisition digitale et leur complémentarité
- Savoir piloter une stratégie d'acquisition omnicanale performante
- Optimiser les campagnes payantes et organiques selon les objectifs marketing
- Mesurer et améliorer les performances des canaux d'acquisition

DURÉE DE LA FORMATION

2 jours (14 heures)

PUBLIC VISÉ

Professionnels du marketing digital, de la communication ou du e-commerce

PRÉ-REQUIS

Aucun

DÉLAIS D'ACCÈS

Admissibilité sur dossier et échange avec l'équipe Experience : réponse sous 48 heures

TARIF

- Formation inter-entreprise : 1 680 euros HT par personne
- Formation intra / sur mesure : sur devis



PROGRAMME DÉTAILLÉ

- Introduction à l'acquisition digitale
 - Définitions, objectifs et enjeux
 - Différences entre acquisition, fidélisation, conversion
 - Vue d'ensemble des principaux leviers d'acquisition online
- Référencement naturel (SEO)
 - Optimisation technique, sémantique et éditoriale
 - Contenus à forte valeur ajoutée
 - Notions de SEO local, mobile et géosémantique
- Publicité en ligne (SEA, Social Ads, display)
 - Google Ads : Search, Display, Shopping
 - Social Ads (Meta, LinkedIn, TikTok, etc.) : objectifs, ciblages, formats
 - Création de campagnes efficaces et pilotage budgétaire
- Lead generation et inbound marketing
 - Lead magnets, landing pages, formulaires
 - Outils d'automatisation, nurturing et CRM
 - Alignement entre contenu, parcours client et data
- Emailing et retargeting
 - Stratégie de contact et segmentation
 - Scénarios automatisés, déclencheurs et personnalisation
 - Retargeting publicitaire et email comportemental
- Suivi des performances et optimisations
 - KPIs clés : CAC, ROAS, CPL, taux de conversion
 - A/B testing, budget shifting, scénarios d'amélioration
 - Dashboard de pilotage et prise de décision data-driven
- Atelier pratique
 - Élaboration d'une stratégie d'acquisition complète à partir d'un cas réel
 - Choix des canaux, paramétrage de campagnes, calcul des coûts
 - Simulation de reporting et recommandation d'optimisation



DÉBOUCHÉS, PASSERELLES ET SUITES DE PARCOURS

À l'issue de la formation, les apprenants pourront structurer une stratégie d'acquisition digitale complète, piloter leurs canaux de manière cohérente, et maximiser le retour sur investissement de leurs actions marketing.

MÉTHODES, MOYENS PÉDAGOGIQUES ET ENCADREMENT

- Animation des formations par des professionnels du digital activité
- Méthodes pédagogiques variées et dynamiques (études de cas, ateliers et travaux)
- Encadrement individuel par l'équipe Experience

MOYENS POUR SUIVRE LA FORMATION

- Suite d'outils technologiques performants : Google Workspace for Education, Edusign...
- Cas pratiques sur des situations réelles d'entreprises

MOYENS D'ÉVALUATIONS

- Évaluation des acquis en fin de formation via un quizz ou un rendu de projet

RÉSULTATS ET INDICATEURS DE PERFORMANCES

- Taux de satisfaction en fin de formation : NA
- Taux de progression individuelle : NA

ACCESSIBILITÉ

Accessibilité des personnes en situation de handicap, RQTH, ou difficultés particulières, nous contacter pour organiser un entretien et vous proposer un programme adapté à vos besoins : handicap@crews-education.com

Accessibilité des publics internationaux, nous contacter : international@crews-education.com

CONTACTS

- Par téléphone : +33(0)4 80 81 94 50
- Par WhatsApp : +33(0)7 56 10 93 20
- Par email : contact@crews-education.com