



Académie Pro Formation

**Déployer des stratégies
d'acquisition et de développement
commercial digital**

06 79 24 73 77

academieproformation499@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, ou par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : +33 6 79 24 73 77 /academieproformation499@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation

- Utiliser les outils bureautiques courants
- Connaître les bases du marketing ou du commerce
- Disposer d'un projet ou d'une activité à développer (recommandé)

Public concerné

Managers, chefs d'équipe, cadres intermédiaires et toute personne en responsabilité d'encadrement souhaitant renforcer ses compétences en développement commercial digital.

Objectifs et compétences visées

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

- Identifier les leviers d'acquisition digitale pertinents
- Analyser un tunnel de conversion et détecter les points d'amélioration
- Construire une stratégie d'acquisition multicanale
- Mettre en œuvre des campagnes digitales performantes
- Structurer un plan d'actions commerciales digitales
- Suivre et interpréter les indicateurs de performance (KPI)
- Optimiser les actions commerciales à partir des données collectées

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux pour illustrer les concepts
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet et d'outils pratiques adaptés au contexte des participants
- Accompagnement individualisé : Temps dédiés au coaching individuel et à la personnalisation des apprentissages
- Évaluations formatives : Exercices d'auto-évaluation et quiz permettant de mesurer la progression des acquis tout au long de la formation

Durée

14 heures

Tarif

650 € TTC

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation professionnelle : les participants devront concevoir et présenter une stratégie d'acquisition digitale complète pour un cas concret, suivie d'un débriefing individualisé avec le formateur.

Jour 1 : Fondamentaux de l'acquisition digitale et stratégie

08h00 - 08h30 : Accueil et cadrage de la formation

- Identifier les attentes et besoins des participants
- Présenter les objectifs et le déroulé de la formation
- Structurer le cadre de travail collaboratif

08h30 - 10h00 : Comprendre les enjeux du développement commercial digital

- Analyser les évolutions des comportements d'achat
- Identifier les canaux digitaux d'acquisition
- Distinguer inbound marketing et outbound marketing

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Définir sa cible et son positionnement digital

- Construire des personas marketing
- Segmenter son marché
- Formuler une proposition de valeur différenciante

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Concevoir un tunnel de conversion performant

- Identifier les étapes du parcours client digital
- Structurer un funnel d'acquisition (TOFU, MOFU, BOFU)
- Détecter les points de friction et d'abandon

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Élaborer une stratégie d'acquisition multicanale

- Sélectionner les canaux adaptés (SEO, SEA, réseaux sociaux, email)
- Prioriser les actions selon les objectifs commerciaux
- Construire un plan d'action structuré

Jour 2 : Mise en œuvre opérationnelle et pilotage de la performance

08h00 - 08h30 : Réactivation des acquis

- Synthétiser les notions clés du jour 1
- Répondre aux questions des participants
- Réactiver les connaissances via un quiz

08h30 - 10h00 : Déployer des campagnes digitales efficaces

- Structurer une campagne publicitaire digitale
- Rédiger des messages impactants
- Paramétrer les ciblages et budgets

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Exploiter les réseaux sociaux pour générer des leads

- Identifier les plateformes adaptées à sa cible
- Planifier une stratégie de contenu
- Générer de l'engagement et des conversions

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Mesurer la performance et piloter ses actions

- Définir des KPI pertinents
- Analyser les données de performance
- Interpréter les résultats pour ajuster la stratégie

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Optimiser et pérenniser sa stratégie digitale

- Mettre en œuvre des actions d'amélioration continue
- Automatiser certaines actions marketing (marketing automation)
- Structurer un plan de développement commercial durable