

# Cycle Marketing Digital

*Lien : https://maroc-performance.com/formation/cycle-marketing-digital*

DURÉE
**5 jours (35h)**

RÉFÉRENCE
**MC111**

CATÉGORIE
**Marketing Digital et Réseaux Sociaux**

Maroc Performance

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les évolutions du marketing digital
- Définir une stratégie de marketing digital
- Piloter et mesurer les performances de sa stratégie d'Inbound Marketing
- Suivre et évaluer les performances de campagnes e-mailing et l'impact de newsletters
- Utiliser efficacement une plateforme de Marketing Automation
- Construire et déployer une stratégie de contenu efficace
- Maîtriser le Social Media Marketing (SMM) et les Social Ads
- Diagnostiquer le parcours utilisateur
- Utiliser l'IA générative pour gagner en efficacité et en créativité
- Comprendre le rôle de l'IA dans l'optimisation des performances



## Programme détaillé

### 1 / Lancer sa stratégie e-marketing

- Définir le positionnement de sa communication e-marketing
- Coordonner sa stratégie avec sa communication institutionnelle
- Promouvoir son site
- Identifier les influenceurs sur les réseaux sociaux

### 2 / Piloter sa stratégie e-marketing

- Optimiser le référencement naturel et gérer ses campagnes Adwords
- Faire de la publicité pour attirer les prospects
- Connaître les atouts du m-marketing et de la géolocalisation
- Connaître les KPI spécifiques pour les réseaux sociaux

### 3 / Découvrir le marketing cross-canal

- Recenser les différents canaux : Web, magasin, catalogue, réseau social, mobile, emailing, médias classiques
- Découvrir les nouveaux outils : cookies, flash codes, RFID, apps, vitrines tactiles, bornes interactives
- Gérer la mobilité client et celle de ses modes d'achat
- Gérer la multiplication des interactions avec les clients et exploiter les synergies

### 4 / Définir et piloter sa stratégie cross-canal

- Maîtriser les besoins clients, les critères de segmentation et les habitudes de fréquentation des différents canaux

Maroc Performance

- Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs à chaque canal
- Orchestrer ses campagnes : modes de gestion, acteurs, rétroplannings
- Définir des indicateurs de performance et de retour sur investissement

### 5 / Concevoir une campagne e-mailing et des newsletters

- Définir des objectifs et des cibles pour la newsletter ou la campagne e-mailing
- Organiser et gérer les contenus : comité de rédaction, gestion des ressources, relais d'informations
- Définir la ligne éditoriale : charte graphique, contraintes, choix rédactionnels, iconographiques et multimédias
- Rédiger : principes généraux, calibrage, relecture, validation

### 6 / Diffuser sa newsletter et ses emails

- Collecter des adresses : location et achat de fichiers, jeux-concours, abonnements
- Diffuser une newsletter et des emails : mise en ligne, envoi et archivage
- Connaître les bonnes pratiques de diffusion : planning, rythme, relance
- Etudier l'impact : suivi des taux d'ouverture, lecture, clics et mesure de la délivrabilité des emails

### 7 / Mettre en place une stratégie d'Inbound Marketing

- Dresser l'état des lieux du e-marketing
- Connaître les nouveaux besoins et comportements des consommateurs
- Comprendre les différences de l'Inbound Marketing entre BtoB et en BtoC
- Créer la notoriété, générer des leads, les convertir en contacts qualifiés puis en clients

### 8 / Améliorer sa stratégie e-marketing

- Maîtriser les différents leviers de performance du e-marketing
- Connaître l'équation du référencement : SEM = SEO + SEA + (SMO)
- Utiliser et mixer les réseaux sociaux avec le Community Management
- Analyser et mesurer les performances : définir les bons indicateurs

Maroc Performance

## 9 / Optimiser ses campagnes marketing avec le Marketing Automation

- Gérer ses prospects avec le Marketing Automation et le Lead Nurturing
- Connaître les principales fonctionnalités d'une plateforme de Marketing Automation, choisir celle adaptée à ses besoins
- Elaborer ses premiers scénarios d'automatisation et déployer des workflows
- Utiliser le Lead Scoring pour qualifier ses prospects et ses leads
- Evaluer ses règles de scoring et optimiser sa démarche

## 10 / CAS PRATIQUES

## 11 / Construire et déployer une stratégie de contenu efficace (Content Marketing)

- Définir les piliers de contenu et la matrice de contenu (Hero, Hub, Help)Comprendre comment structurer sa production pour répondre à différents objectifs : notoriété (Hero), fidélisation (Hub) et acquisition/SEO (Aide)
- Maîtriser les différents formats et les techniques de narration Savoir quand utiliser un article de blog, une vidéo, un podcast, une infographie ou
- Planifier la diffusion multicanale du contenu (Owned, Earned, Paid media) et en mesurer l'engagement Créer le contenu ne suffit pas ; il faut savoir le promouvoir sur ses propres canaux (Owned), via des relais (Earned) et par la publicité (Paid) pour garantir sa visibilité et son ROI

## 12 / Maîtriser le Social Media Marketing (SMM) et les Social Ads

- Élaborer une stratégie Social Media : choix des plateformes, définition de la voix de marque (Tone of Voice) et des objectifs spécifiques (Notoriété, Engagement, Trafic, Conversion)Apprenez à sélectionner les réseaux pertinents (LinkedIn, Instagram, TikTok, Facebook) en fonction de sa cible et à y adapter son message
- Créer un calendrier éditorial et animer sa communauté (Community Management avancé) Aller au-delà de la publication en apprenant à gérer les interactions, modérer les commentaires, créer du contenu généré par les utilisateurs (UGC) et transformer une audience en une communauté
- Lancer et optimiser des campagnes publicitaires (Social Ads) : ciblage, gestion de budget et analyse des performances Maîtriser les gestionnaires de publicités de Meta (Facebook/Instagram), LinkedIn Ads, etc, pour atteindre des audiences précises et générer des résultats mesurables

## 13 / Analyse de données et Optimisation de la Conversion (CRO - Conversion Rate Optimization)

Maroc Performance

- Attirer du trafic c'est bien, le convertir en clients c'est mieux Ce module se concentre sur l'amélioration de la performance du site ou des landing pages pour maximiser le retour sur investissement
- Configurer et maîtriser les outils d'analyse comportementale (Google Analytics 4, Hotjar, Clarity) Apprendre à lire les données au-delà des simples visites : parcours utilisateur, heatmapspourquoi les utilisateurs ne se convertissent pas
- Identifier les points de friction et poser des hypothèses d'optimisation Analyser les données pour détecter les pages à fort taux de sortie, les formulaires abandonnés ou les boutons peu cliqués, et formuler des idées d'amélioration concrètes
- Mettre en place une méthodologie de tests A/B et multivariés pour améliorer les taux de conversion Apprendre à utiliser des outils (Google Optimize, AB Tasty) pour tester scientifiquement différentes versions d'une page (titres, images, appels à l'action) et ne conserver que la plus performante

### 14 / Intégrer l'Intelligence Artificielle et les tendances émergentes

- Utiliser l'IA générative pour la création de contenu et la personnalisation Comprendre comment se servir des outils comme ChatGPT, Jasper ou Midjourney pour trouver des idées, rédiger des brouillons, créer des visuels et personnaliser les communications à grande échelle
- Optimiser les campagnes et l'analyse prédictive grâce aux outils d'IA Découvrez comment les plateformes publicitaires (Google Ads Performance Max, Meta Advantage+) utilisent l'IA pour automatiser l'optimisation et comment analyser les tendances futures grâce à l'IA
- Veille et prospective : comprendre le marketing conversationnel (chatbots avancé), le vocal (recherche vocale) et les prémices du Web3 S'ouvrir aux prochaines révolutions pour anticiper les changements de comportement des

## Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Maroc Performance

## Prochaines dates programmées

| | |
|---|---|
| 15 au 19 Fév. 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 12 au 16 Avr. 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 07 au 11 Juin 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 02 au 06 Août 2027 | Présentiel - Casablanca |
| 27 Sep. au 01 Oct. 2027 | Présentiel - Casablanca |

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

## Réservation & Renseignements

**Téléphone :** +212 522 247 210
**Email :** contact@maroc-performance.com
**Web :** https//www.maroc-performance.com


Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance