

PROGRAMME DE FORMATION

“Marketing digital appliqué à la
vente”

Modalités d'admission et de déroulement :

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, 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 déroulera en présentiel au 6 Avenue de l'île de France 95310 Saint Ouen L'aumône sous la supervision du formateur.

Accessibilité :

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 : Sacademy.formation@gmail.com

Téléphone : 0627640259

Délai d'accès :

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours.

Public visé :

Public souhaitant approfondir ses connaissances et développer des compétences opérationnelles dans "Marketing digital appliqué à la vente".

Prérequis :

Aucun prérequis

Durée :

21 heures



Tarif :

1 350€ TTC

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier comment le digital transforme les techniques de vente.
- Générer des prospects qualifiés grâce aux leviers digitaux.
- Utiliser les réseaux sociaux et l'emailing pour vendre plus efficacement.
- Mettre en place un tunnel de conversion optimisé.
- Suivre et analyser les résultats pour améliorer son chiffre d'affaires.

Méthodes pédagogiques mobilisées :

Suivant la nature de la séquence abordée, les méthodes suivantes seront mobilisées :

- Présentiel interactif ou distanciel accompagné : alternance d'apports théoriques et de mises en pratique directes appliquées à la vente.
- Études de cas réels : analyse de campagnes et tunnels de vente réussis, identification des facteurs clés de conversion.
- Ateliers pratiques : création de profils sociaux optimisés, rédaction de messages commerciaux, mise en place de mini-campagnes digitales.
- Simulations et jeux de rôle : exercices de prospection digitale, réponses à des objections clients, scénarios de closing.
- Supports multimédia : modèles de séquences emailing, templates de landing pages, check-lists opérationnelles.
- Accompagnement individualisé : retours personnalisés sur les projets et les productions de chaque participant.

PLANNING DE FORMATION

Programme détaillé :

JOUR 1 – Générer et qualifier des prospects avec le digital

08h30 – 10h00 : Marketing digital et processus de vente

- Du marketing au closing : comment le digital soutient la force de vente.
- Alignement marketing/commerce : travailler main dans la main.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Prospection digitale

- Réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Facebook Business).
- Social selling : bâtir une présence crédible et générer des leads.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Générer du trafic qualifié

- SEO & SEA orientés conversion.
- Campagnes publicitaires ciblées (Google Ads, Meta Ads).

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Atelier pratique – Prospection et trafic

- Création d'un profil LinkedIn optimisé pour la vente.
- Rédaction d'un post ou message commercial engageant.

JOUR 2 – Tunnel de vente & automatisation

08h30 – 10h00 : Emailing et nurturing

- Stratégie de suivi commercial par email.
- Automatiser les relances (scénarios simples).

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Tunnel de vente digital

- Construire une landing page qui convertit.
- Outils de CRM et suivi des prospects.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Techniques de conversion (partie 1)

- Rédaction persuasive (copywriting orienté vente).
- Argumentaire commercial digital (webinars, offres limitées, call-to-action).

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Atelier pratique – Tunnel de vente

- Élaboration d'un mini-tunnel (landing page + publicité + CRM simple).

JOUR 3 – Optimisation et projet final

08h30 – 10h00 : Techniques de conversion (partie 2)

- Focus sur la persuasion et le closing digital.
- Exemples réels et bonnes pratiques.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Optimisation des ventes digitales

- Suivi des performances (indicateurs et KPI).
- Optimisation des campagnes et tunnels existants.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Étude de cas pratique – Mini-funnel de vente

- Publicité + landing page + séquence email.
- Présentation et feedback intermédiaire.

14h30 – 14h45 : Pause



14h45 – 17h00 : Atelier final et évaluation

- Présentation des projets par les participants.
- Feedback du formateur et des pairs.
- Évaluation finale (QCM + cas pratique).

Modalités d'évaluation :

- Mises en situation pratiques : ateliers, simulations de prospection digitale et mini-projets évalués en cours de formation.
- Évaluation certificative : projet final de campagne digitale avec soutenance et analyse des résultats.
- Attestation de formation : délivrée sur la base des acquis validés et de l'implication active du participant.