



## DEMARCHER GRACE AUX OUTILS DIGITAUX (2 jours)

### **PUBLIC VISE :**

Indépendants, commerciaux

### **PRE REQUIS :**

Connaissances basiques des outils en ligne

### **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**

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

- Comprendre les principes de la prospection digitale
- Identifier et utiliser les principales plateformes de prospection
- Constituer une base de données de prospects qualifiés
- Créer une campagne de prospection digitale ciblée
- Analyser les résultats et optimiser les performances

### **DUREE ET MODALITES D'ORGANISATION :**

Dates : à définir

Durée : 14h (2 jours)

Horaires : à définir

Organisation : Présentiel

Inter/Intra : à définir

Nombre de stagiaires prévus : à définir

### **LIEU :**

A préciser

### **ACCESSIBILITE :**

Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité

### **DELAI D'ACCES :**

Jusqu'à 14 jours avant le début du module et/ou en fonction des places restantes

### **TARIF :**

Devis sur demande

### **MOYENS D'ENCADREMENT :**

CV du formateur pressenti à disposition

### **METHODES MOBILISEES (Moyens pédagogiques et techniques) :**

CFC Marie-France 20 Rue Danton 83000 TOULON - 07 43 34 93 80  
cfc-mariefrance@lmf83.fr

Mise en situation, cas pratiques

**MODALITES DE SUIVI D'EVALUATION :**

- Evaluation diagnostique : test de positionnement
- Evaluation formative : exercices pratiques, études de cas, questionnements oraux, auto-évaluations, feedback du formateur, QCM, mises en situation tout au long de la formation
- Evaluation sommative : questionnaires, QCM, études de cas, mises en situation en fin de formation