PROGRAMME DE FORMATION

Growth marketing : expérimentations, funnels et optimisation des conversions

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE
WF-0487

VERSION
V2026-005

ÉDITION
3 novembre 2026

DOMAINE
Commerce, Marketing & Vente

DURÉE
14 h

MODALITÉ
Distanciel asynchrone (e-learning)

PROGRAMME
4 modules
17 leçons

SANCTION
Attestation
et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

- Modéliser le funnel d'un produit (acquisition, activation, rétention, revenu, recommandation) et choisir son indicateur directeur.
- Diagnostiquer les fuites d'un funnel à partir de données chiffrées et de retours utilisateurs.
- Formuler des hypothèses d'amélioration et les prioriser par une méthode de notation.
- Concevoir, conduire et interpréter un test A/B avec rigueur (une variable, échantillon suffisant, durée, significativité).
- Optimiser les conversions d'une page et l'activation des nouveaux utilisateurs sans procédés trompeurs.
- Mesurer la rétention par cohortes et organiser un cycle d'expérimentation documenté.

L'essentiel de la formation

Public visé

Fondateurs et équipes de start-up, marketeurs digitaux et e-commerçants qui disposent d'un site ou d'une application avec un trafic régulier et veulent améliorer méthodiquement l'acquisition, l'activation, la rétention et la conversion.

Prérequis

- Connaître les bases du marketing digital (canaux d'acquisition, notion de conversion).
- Savoir utiliser un tableur : formules simples, tri, filtre ; les modèles de calcul sont fournis.
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet ; l'accès aux statistiques de son propre site est un atout, pas une condition.

Modalités et déroulement

Formation à distance, en ligne, à rythme libre, organisée autour d'entreprises fictives (Maison Ardelle, torréfacteur artisanal avec boutique et vente en ligne ; Brévance, éditeur de logiciel B2B ; Atelier Solvène, institut de beauté de quartier — entreprises fictives, données fictives). Un test de positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon associe une vidéo d'explication, une fiche pratique à conserver et deux mises en pratique corrigées (exercices sur tableur avec données fictives, études de cas, décisions à embranchements, simulations dans un outil de test reconstitué) ; chaque module se clôt par un atelier de synthèse corrigé, une vidéo récapitulative et un quiz. Plus de la moitié du temps est consacrée à la pratique (cas, décisions, rédactions, livrables), le reste aux apports et aux évaluations. Accompagnement par un formateur par messagerie (réponse sous 48 h ouvrées), correction individuelle des livrables sur demande.

Méthodes pédagogiques

- Positionnement en début de parcours
- Apports en vidéo : explications et démonstrations
- Études de cas
- Exercices d'application et mises en pratique corrigées
- Production de livrables professionnels
- Atelier de synthèse en fin de module
- Quiz et QCM d'auto-évaluation
- Accompagnement et retours du formateur

Répartition du temps de formation : **19 %** théorique · **52 %** pratique · **29 %** évaluation

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme de formation en ligne, accès individuel à distance
- Vidéos pédagogiques
- Fiches pratiques à conserver
- Quiz et exercices interactifs en ligne
- Correction des productions sur grille de critères
- Messagerie avec le formateur (réponse sous 48 h ouvrées)

Modalités d'évaluation

Positionnement initial (non éliminatoire) ; correction automatique ou sur grille critériée de chaque exercice ; atelier de synthèse corrigé et quiz à la fin de chaque module ; évaluation finale interne : diagnostic de funnel et plan d'expérimentation priorisé pour une entreprise fictive, avec lecture d'un test A/B, corrigés sur grille, et questionnaire de 15 questions. Seuil de réussite interne : 70 % des critères. Une attestation de fin de formation précise les compétences évaluées ; aucune certification n'est délivrée.

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Cette formation n'est pas présentée comme préparant à une certification enregistrée : elle ne comprend ni inscription ni présentation à des épreuves de certification, et n'ouvre droit à aucune délivrance de certification ni au financement par le CPF.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Vidéos sous-titrées et transcrites, fiches pratiques et corrigés en version texte lisible par les lecteurs d'écran, tableaux fournis aussi en format tableur accessible, navigation au clavier, rythme libre et durée allongeable pour les exercices chronométrés. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils, modalités d'évaluation).

Tarif de la formation

Prix : **1 210 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

4 modules, 17 leçons — durée totale 14 h.

01 Modéliser le funnel et choisir ce qu'on mesure

1. Positionnement — growth marketing
2. La démarche growth et le modèle de funnel
3. Choisir son indicateur directeur
4. Diagnostiquer les fuites du funnel
5. Atelier de synthèse — Modéliser le funnel et choisir ce qu'on mesure

02 Formuler et prioriser des hypothèses

1. Écrire une hypothèse testable
2. Générer des idées à partir des leviers de comportement
3. Prioriser son carnet d'expériences
4. Atelier de synthèse — Formuler et prioriser des hypothèses

03 Conduire des expérimentations rigoureuses

1. Concevoir un test A/B
2. Calculer l'échantillon et lancer le test
3. Interpréter un résultat et décider
4. Atelier de synthèse — Conduire des expérimentations rigoureuses

04 Optimiser conversion, activation et rétention

1. Auditer et améliorer une page de conversion
2. Améliorer l'activation des nouveaux utilisateurs
3. Mesurer la rétention et organiser le cycle d'expérimentation
4. Atelier de synthèse — Optimiser conversion, activation et rétention