Marketing digital et opérationnel

Growth Hacking : décupler votre croissance marketing

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19GROWTHMK | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 620 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Comprendre le principe, les enjeux et les limites du growth hacking.
- Identifier comment le growth hacking peut facilement être mis au service de votre stratégie à travers sa variante growth marketing.
- Utiliser les techniques de growth marketing pour acquérir plus de clients et développer une stratégie de croissance.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aborder cette formation avec un état d'esprit curieux.

Public concerné

Responsables marketing, chefs de produits, entrepreneurs, créateurs de start-ups.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

S'approprier les préceptes fondamentaux du Growth Hacking

- Analyse le mindset du growth hacker et les différents types de growth.
- Analyser son business model, son produit et ses clients pour concevoir sa stratégie d'acquisition adaptée et rentable.
- **Atelier :** accélérer la prise de décision et son étude de marché grâce aux outils d'analyse de cible de Google et Facebook.
- Lever ses freins et adopter un état d'esprit non conventionnel pour oser entreprendre : la méthode du “Fake until you make it”.
- Définir son Product Market Fit pour trouver la concordance parfaite entre son produit et le marché.
- Introduction au backlog growth : Coût, temps, volume, efficacité : classer et prioriser ses canaux d'acquisition pour maximiser son taux de conversion.
- **Atelier :** structurer un backlog growth (ressource offerte) et inclure les équipes dans la priorisation des expérimentations.
- La structuration des équipes Growth et ses impératifs dans le cadre des grands groupes.
- Maîtriser le framework du Growth : le funnel AARRR pour modéliser le cycle de vie client (Acquisition, Activation, Rétention, Recommandation, Revenu).
- **Atelier** : Structurer sa croissance en positionnant les leviers du growth marketing en fonction du parcours-client.

Acquisition : faire venir ses prospects

- Décomposer son tunnel de conversion pour choisir les leviers performants et en phase avec ses enjeux.
- Appliquer un principe d'ultra ciblage pour encourager l'engagement de ses clients.
- Introduction à l'automation du marketing et des ventes.
- **Atelier** : scraper des données et les utiliser en automatisations commerciales.
- SEO, SEA, content marketing, réseaux sociaux, retargeting : mettre en place une stratégie orientée vers l'acquisition et l'awareness.
- Manier les outils essentiels de l'acquisition : atelier SEO.

Activation : transformer ses leads en utilisateurs

- Déterminer son indicateur d'activation pour assurer et identifier une première expérience réussie.
- Faire des Landing pages un outil redoutable de conversion : trucs et astuces.
- Pratiquer l'AB Testing pour maximiser son taux conversion.
- Travailler sa valeur perçue et marquer l'entrée en relation pour créer du lien avec son client : l'expérience d'onboarding (les étapes après achat ou inscription) et l'enrichir avec de l'IA (ex : chatbot).
- **Atelier** : identifier les leviers CRO activable en e-commerce et en société de services.

Rétention : faire revenir ses clients

- Capitaliser sur le marketing automation pour scénariser ses séquences d'emails et fidéliser ses utilisateurs.
- Analyser ses données d'utilisateurs activés pour mesurer et améliorer leur fréquence d'usage.
- Utiliser les APIs pour proposer une interface ergonomique et améliorer son taux de rétention.
- Nouvelles fonctionnalités, événements, mises à jour... : proposer régulièrement des nouveautés pour maintenir actifs ses utilisateurs.
- **Atelier** : construire un scénario de marketing automation OU automatiser des actions fastidieuses avec Zapier.

Recommandation : faire de ses utilisateurs des prescripteurs

- Décrypter la psychologie de ses utilisateurs pour actionner la boucle de la viralité.
- Miser sur l'émotion et l'interactivité comme principaux facteurs de viralité.
- Imaginer un programme de referral ambitieux pour encourager les recommandations utilisateurs : exemples et bonnes pratiques.
- Capitaliser les mécanismes de gamification pour fidéliser les clients et entrainer les recommandations.

Revenu : améliorer ses performances business

- Suivre et analyser ses résultats pour réduire son coût d'acquisition et de conversion.
- Définir des KPIs pour suivre la performance de chaque action et créer des tableaux de bord.
- Up-selling, cross-selling... : identifier les leviers pour augmenter la lifetime value d'un utilisateur.
- Challenger son pricing pour augmenter ses revenus sans détériorer la satisfaction client.

Conclusion

- Les ressources-clés pour poursuivre : personnalités LinkedIn, blog et livres intéressants.
- Résumé global du concept de growth hacking.
- Quizz interactif.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis :

Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :

À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :

À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.