

Assistant web et marketing

RNCP38472 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	312, 320
Formacode(s)	34093
Code(s) ROME	M1705, E1101, E1205
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	21/12/2023
Date d'échéance	21/12/2026

Certificateur(s)

SCIENCES-U LILLE (EFFICOM - EFAB - EDUCATIVE GROUP) · SIRET : 39955313000044

VIDENUM · SIRET : 51953329300055

Partenaires habilités

30 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 30 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CAMPUS EDUCATIVE PARIS	33983438400119	Former et organiser l'évaluation
CCIT OUEST NORMANDIE	13002172800014	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE COMMUNICATION PUBLICITE ET MARKETING DE LILLE	52401867800010	Former et organiser l'évaluation
EDUCFORMALT	97874135300012	Former et organiser l'évaluation
EDUCFORMALT	97874135300020	Former et organiser l'évaluation
E.O.L	49139960600020	Former et organiser l'évaluation
E.O.L	49139960600046	Former et organiser l'évaluation
EOL	49139960600038	Former et organiser l'évaluation
FORMADU	85115160500058	Former et organiser l'évaluation
FORMADU	85115160500066	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 30 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38472-assistant-web-et-marketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le marché du marketing digital fait face à de nouveaux enjeux : éco-responsabilité, évolution des canaux de communication en ligne, accélération du numérique à travers les médias sociaux, tout ceci dans un paysage concurrentiel de plus en plus dense. Dès lors, les entreprises du web marketing ont besoin de professionnels chargés de soutenir les activités de marketing en ligne d'une entreprise ou d'une organisation.

Dans ce contexte, la certification d'Assistant Web Marketing proposée par Sciences-U Lille certifie des professionnels capables d'utiliser des outils de marketing digital, d'analyser et d'interpréter les données, et d'améliorer l'expérience utilisateur.

L'assistant web marketing collabore avec son responsable ou l'équipe marketing, dans la mise en place de leurs stratégies, telles que le lancement de nouveaux produits ou services, l'élaboration de plans de vente, et la fidélisation de la clientèle. Il a la charge du référencement des sites et de la mise en place des outils de suivi (KPI) avec son supérieur hiérarchique. L'assistant web marketing est également amené à animer les médias sociaux, à mettre en place et à suivre des opérations de promotion, de partenariats, de jeux concours et de parrainage, à rédiger et à diffuser des newsletters, à sélectionner et mettre en place les outils nécessaires à la bonne marche des campagnes publicitaires, à suivre la relation client et à réaliser une veille prospective, technologique et technique observant les évolutions sectorielles.

ACTIVITÉS VISÉES

- Identification du public cible
- Positionnement en ligne de la marque
- Diffusion de l'image de marque
- Publication de contenu
- Optimisation de la communication en ligne
- Gestion de communautés en ligne
- Création d'un site e-commerce responsable et inclusif
- Développement et mise à jour du back office
- Appui technique aux utilisateurs
- Développement de la base client
- Promotion d'un site e-commerce
- Analyse webmarketing
- Analyse du référencement
- Suivi des actions webmarketing

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser la donnée disponible au regard du positionnement et de la stratégie de la marque, en tenant compte des profils d'internautes et tendances d'influence en ligne afin d'adapter la communication en ligne.

Sélectionner les médias sociaux répondant à la stratégie de communication de l'entreprise, en adéquation avec l'environnement de la marque et la cible pour personnaliser les publications à chaque média social et à son public.

Décliner la charte éditoriale dans les contenus en ligne, sur les plateformes sélectionnées en lien avec la stratégie et l'identité de la marque, pour diffuser des contenus personnalisés à la marque sur l'ensemble des outils cross media.

Créer des visuels sur les différents médias sociaux en prenant en compte les exigences techniques et esthétiques des plateformes médias et en s'appuyant sur des contenus accessibles afin d'être en adéquation avec les valeurs de la marque et d'inciter les internautes à l'interaction et au partage.

Rédiger des contenus statiques, dynamiques et accessibles, en respectant le planning de diffusion défini, en utilisant des techniques de conception-rédaction en lien avec la réglementation en vigueur et la stratégie marketing de la marque afin de publier du contenu adapté et accessible au public cible.

Utiliser les méthodes, outils d'optimisation (SMO - Social Media Optimization) permettant d'améliorer le référencement naturel des sites et contenus sur les médias sociaux afin d'accroître la présence en ligne de la marque.

Animer les espaces d'échanges avec les communautés en répondant aux réclamations, aux avis et aux commentaires des internautes tout en gardant la maîtrise de la e-réputation de la marque afin de fidéliser la communauté.

Déployer l'arborescence d'un site e-commerce en mobilisant les compétences techniques et artistiques afférentes, en tenant compte des spécificités des interfaces web et des contraintes en matière d'utilisabilité et d'accessibilité dans le

respect de la réglementation en vigueur pour créer un site e-commerce qui s'inscrit dans une démarche RSE et de développement durable.

Actualiser les pages web en intégrant du contenu tenant compte des dernières nouveautés (technologiques, légales, ...) pour mettre à jour le site au quotidien et augmenter, fidéliser le nombre de visiteurs.

Créer des fiches produit en fournissant les informations nécessaires et accessibles aux clients potentiels afin d'orienter les clients dans leurs achats et d'améliorer la visibilité du site e-commerce dans les résultats de recherche.

Proposer une assistance aux utilisateurs, en fonction des problématiques rencontrées, d'après les échanges avec les services techniques pour garantir la mise en œuvre et l'opérationnalité du site.

Créer des campagnes e-mailings et des newsletters en tenant compte des dimensions sociales et environnementales dans la conception des campagnes pour développer la base client de manière responsable, inclusive et performante.

Déployer une campagne publicitaire en ciblant les canaux de publicité appropriés à la campagne pour attirer l'attention des internautes et les inciter à cliquer.

Réaliser une veille juridique et technique sur le secteur du numérique et des innovations techniques en sélectionnant des canaux d'information variés, en identifiant les évolutions légales, réglementaires, les innovations techniques en matière environnementale et d'accessibilité pour anticiper les évolutions du secteur.

Utiliser les outils de référencement naturel (SEO) ou via la diffusion d'annonces publicitaires (SEA), à partir des moteurs de recherche, en tenant compte de l'impact environnemental, pour améliorer l'expérience utilisateur (SXO), l'e-réputation et la visibilité web de l'offre.

Déterminer les métriques de suivi de chaque campagne en identifiant les outils appropriés et en fonction des objectifs webmarketing définis par la marque pour mesurer le succès de la campagne.

Contribuer à l'analyse de l'audience en alimentant le reporting de données au regard des objectifs marketing, en s'appuyant sur des outils dédiés afin d'évaluer l'efficacité des actions webmarketing.

Blocs de compétences

RNCP38472BC01 — Gérer les médias sociaux et les relations avec la communauté online

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la donnée disponible au regard du positionnement et de la stratégie de la marque, en tenant compte des profils d'internautes et tendances d'influence en ligne afin d'adapter la communication en ligne.

Sélectionner les médias sociaux répondant à la stratégie de communication de l'entreprise, en adéquation avec l'environnement de la marque et la cible pour personnaliser les publications à chaque média social et à son public.

Décliner la charte éditoriale dans les contenus en ligne, sur les plateformes sélectionnées en lien avec la stratégie et l'identité de la marque, pour diffuser des contenus personnalisés à la marque sur l'ensemble des outils cross media.

Créer des visuels sur les différents médias sociaux en prenant en compte les exigences techniques et esthétiques des plateformes médias et en s'appuyant sur des contenus accessibles afin d'être en adéquation avec les valeurs de la marque et d'inciter les internautes à l'interaction et au partage.

Rédiger des contenus statiques, dynamiques et accessibles, en respectant le planning de diffusion défini, en utilisant des techniques de conception-rédaction en lien avec la réglementation en vigueur et la stratégie marketing de la marque afin de publier du contenu adapté et accessible au public cible.

Utiliser les méthodes, outils d'optimisation (SMO - Social Media Optimization) permettant d'améliorer le référencement naturel des sites et contenus sur les médias sociaux afin d'accroître la présence en ligne de la marque.

Animer les espaces d'échanges avec les communautés en répondant aux réclamations, aux avis et aux commentaires des internautes tout en gardant la maîtrise de la e-réputation de la marque afin de fidéliser la communauté.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Stratégie social media

RNCP38472BC02 — Assurer la gestion créative et technique d'un site e-commerce

LISTE DE COMPÉTENCES

Déployer l'arborescence d'un site e-commerce en mobilisant les compétences techniques et artistiques afférentes, en tenant compte des spécificités des interfaces web et des contraintes en matière d'utilisabilité et d'accessibilité dans le respect de la réglementation en vigueur pour créer un site e-commerce qui s'inscrit dans une démarche RSE et de développement durable.

Actualiser les pages web en intégrant du contenu tenant compte des dernières nouveautés (technologiques, légales, ...) pour mettre à jour le site au quotidien et augmenter, fidéliser le nombre de visiteurs.

Créer des fiches produit en fournissant les informations nécessaires et accessibles aux clients potentiels afin d'orienter les clients dans leurs achats et d'améliorer la visibilité du site e-commerce dans les résultats de recherche.

Proposer une assistance aux utilisateurs, en fonction des problématiques rencontrées, d'après les échanges avec les services techniques pour garantir la mise en œuvre et l'opérationnalité du site.

Créer des campagnes e-mailings et des newsletters en tenant compte des dimensions sociales et environnementales dans la conception des campagnes pour développer la base client de manière responsable, inclusive et performante.

Déployer une campagne publicitaire en ciblant les canaux de publicité appropriés à la campagne pour attirer l'attention des internautes et les inciter à cliquer.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle : Réalisation dun site e-commerce, Campagne e-mailing.

RNCP38472BC03 — Assurer l'analyse et le suivi des actions webmarketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille juridique et technique sur le secteur du numérique et des innovations techniques en sélectionnant des canaux d'information variés, en identifiant les évolutions légales, règlementaires, les innovations techniques en matière environnementale et d'accessibilité pour anticiper les évolutions du secteur.

Utiliser les outils de référencement naturel (SEO) ou via la diffusion d'annonces publicitaires (SEA), à partir des moteurs de recherche, en tenant compte de l'impact environnemental, pour améliorer l'expérience utilisateur (SXO), l'e-réputation et la visibilité web de l'offre.

Déterminer les métriques de suivi de chaque campagne en identifiant les outils appropriés et en fonction des objectifs webmarketing définis par la marque pour mesurer le succès de la campagne.

Contribuer à l'analyse de l'audience en alimentant le reporting de données au regard des objectifs marketing, en s'appuyant sur des outils dédiés afin d'évaluer l'efficacité des actions webmarketing.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas : Stratégie de référencement

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'assistant Web Marketing peut exercer dans différents secteurs d'activités tels que : la grande distribution, le e-commerce et m-commerce, les banques et assurances, les enseignes spécialisées.

Les secteurs culturels, des administrations et services publics, du transport et de l'énergie, du BTP, de l'industrie donnent aujourd'hui une place plus importante aux fonctions web et marketing.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Type d'emplois accessibles par les titulaires de la certification :

Assistant Webmarketing

Assistant / Chargé marketing

Assistant / Chargé de communication

Assistant / Chargé de communication digitale

Assistant / Chargé marketing digital

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 924 €

Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	18 210
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une admission en 1^{re} année de formation : être titulaire du baccalauréat ou d'une certification de niveau 4.

Pour une admission en 2^e année de formation : avoir validé une première année d'enseignement supérieure dans le domaine du marketing, de la communication ou du digital.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Candidats hors VAE : Avoir réalisé une période d'activité en entreprise (stage, apprentissage, période de professionnalisation...) d'une durée minimum de 60 jours.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le jury de délivrance de la certification est composé de minimum 5 membres :

- 3 professionnels du secteur non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury.
- 2 représentants de l'organisme certificateur.

Les professionnels représentent au minimum 60% des membres du jury de la certification.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 213 €
Selon la branche	6 000 € – 7 267 €
Prise en charge	Branches concernées
7 213 €	Valeur par défaut · 199 branches
7 267 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Import-Export, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 980 €	CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
6 500 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE des industries de santé (CPNEIS)

6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP de la métallurgie
7 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 900 €	CPNEF de la Publicité
6 545 €	CPNEF de l'audiovisuel

Base légale

Date de décision	21/12/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	21/12/2026
Date de dernière délivrance possible	21/12/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	26	0	67 %	33 %
2020	38	0	100 %	33 %
2019	19	0	100 %	80 %
2018	22	0	100 %	30 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP24815

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP24815

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Assistant Web et Marketing | Titres Certifiés enregistrés au RNCP - CNCP (titres-certifies.com)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38472/>

Où se former

Formations référencées	5
Organismes	2
Régions couvertes	1
Prix indicatif	1 450 € – 14 000 €
Durée	65 – 455 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	11
Organismes gestionnaires (CFA)	9
Organismes formateurs	7
Régions couvertes	6
Départements couverts	6
Organismes certifiés Qualiopi	7
Sessions	de 09/2025 à 09/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	77
Parcours menés à terme	68
Taux d'achèvement	88 %
Période	09/2024 – 09/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	101
Montant total engagé	1 167 802 €
Coût moyen par dossier	11 562 €
Durée moyenne	291 h
Période	09/2024 – 05/2026
OPCO	84 %
France compétences	15 %
France Travail	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
Reste à charge titulaire	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.