

Certification Marketing Digital & Stratégie Digitale

RS1744 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	320, 312, 326
Formacode(s)	34093
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

NAIAS FORMATION · SIRET : 80919815300029

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable Marketing digital ou le Consultant en Stratégie digitale peut intervenir dans tous les secteurs d'activités. Aussi bien pour les entreprises s'adressant aux particuliers qu'à celles visant les professionnels.

La certification permet aux apprenants d'élaborer une stratégie digitale sur trois ans et un plan marketing détaillé par semaine comprenant :

- Le détail des budgets par levier choisi;
- Le choix des ressources humaines et techniques;
- Les prestataires et partenaires liés à cette stratégie.

Cette certification permet aux opérationnels du marketing digital d'obtenir toutes les bonnes pratiques des différents leviers du domaine ainsi que la maîtrise des outils. Elle est aussi adaptée aux cadres dirigeants car elle leur permet d'apprendre à piloter des équipes digitales et des agences de marketing digital, notamment via une lecture analytique des reporting et une bonne connaissance de la chaîne de valeur : des métiers du marketing digital.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

A l'issue de cette certification les apprenants pourront :

- Négocier des contrats et échanger avec des prestataires avec l'usage du jargon du digital;
- Réaliser un plan marketing digital multi-leviers sur un an et une stratégie digitale sur trois ans;
- Construire un reporting sur Excel et analyser les indicateurs clés de performance;
- Mesurer et analyser la performance du site web et des campagnes via Google Analytics;
- Optimiser le référencement naturel d'un site web, notamment via l'utilisation de Google Search Console et faire des recommandations aux équipes techniques pour qu'elles les mettent en place;
- Créer et optimiser des campagnes de référencement payant via Google AdWords;
- Elaborer d'une stratégie social media et les outils utiles à sa mise en oeuvre tels que Hootsuite;
- Mettre en place des campagnes Display (bannières, vidéos, native advertising...);
- Développer une stratégie de partenariats efficace;
- Gérer de campagnes d'emailing via des outils tels que Mailchimp ou Message Business;
- Créer des contenus textuels ou vidéos afin d'en faire un levier marketing pour servir une stratégie de content marketing;
- Créer un site vitrine avec Wordpress;
- Créer un site e-commerce avec Prestashop;
- Réaliser un cahier des charges pour des projets web ou mobile;
- Optimiser la performance d'un site web, les parcours utilisateurs et auditer l'ergonomie d'un site web ou mobile;
- Mettre en place un programme de fidélisation et de gestion de la relation client (CRM);
- Développer une stratégie omnicanale et les outils permettant de développer des synergies entre les canaux (webrooming, showrooming, web-in-store, web-to-store);

- Piloter la mise en place d'une stratégie de data marketing pour améliorer le ciblage des campagnes;
- Piloter la création d'un site respectant les exigences de l'accessibilité web;
- Référencer une application mobile dans les appstores et faire des recommandations aux équipes techniques pour qu'elles les mettent en place;
- Développer un espace client fidélisant.
- Négocier des contrats et échanger avec des prestataires avec l'usage du jargon du digital

Lors de l'élaboration de la stratégie digitale, ils devront contacter des prestataires et négocier pour l'entreprise pour laquelle ils font cette première mission de consulting.

- Réaliser un plan marketing digital multi-leviers sur un an et une stratégie digitale sur trois ans;

Ce plan marketing sera présenté lors de l'oral de stratégie.

- Mesurer et analyser la performance du site web et des campagnes via Google Analytics;

Les candidats devront pour leur stratégie aller chercher des statistiques dans Google Analytics afin de construire des hypothèses réalistes.

- Faire des recommandations afin d'optimiser le référencement naturel et conseiller sur la mise en place d'outils adéquats;

- Référencer une application mobile dans les appstores;

Les candidats devront auditer le référencement naturel du site pour lequel ils réalisent leur stratégie digitale et faire des recommandations présentées lors de l'oral.

- Mettre en place un programme de fidélisation et de gestion de la relation client (CRM);
- Développer une stratégie omnicanale et les outils permettant de développer des synergies entre les canaux (webrooming, showrooming, web-in-store, web-to-store);
- Elaborer d'une stratégie social media et les outils utiles à sa mise en oeuvre tels que Hootsuite;
- Développer une stratégie de partenariats efficace;

Ces éléments constitueront des sous-parties de la stratégie digitale présentée lors de l'oral.

- Gérer des campagnes d'emailing via des outils tels que Mailchimp ou Message Business;
- Créer des contenus textuels ou vidéos afin d'en faire un levier marketing pour servir une stratégie de content marketing;

Ces compétences seront vérifiées dans les annexes fournies lors de l'oral qui doivent comporter des exemples de campagnes d'emailing préparées et d'articles rédigés.

- Optimiser la performance d'un site web, les parcours utilisateurs et auditer l'ergonomie d'un site web ou mobile;

Les candidats devront faire un audit de l'ergonomie du site pour lequel ils réalisent une stratégie digitale.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir l'habitude de la navigation Web et de l'utilisation basique d'un ordinateur.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RS5957

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.naias-conseil.fr/certification-digital-marketing>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/1744/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	9
Parcours menés à terme	25
Taux d'achèvement	278 %
Période	02/2022 – 07/2022

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	267
Montant total engagé	659 450 €
Coût moyen par dossier	2 470 €
Durée moyenne	161 h
Période	01/2020 – 01/2022
France compétences	71 %
France Travail	21 %
Reste à charge titulaire	6 %
Régions	2 %
Entreprise	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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