

AUSSIES - Webmarketing

RS2291 · RS · Publiée

L'essentiel

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

Certificateur(s)

FOSTER · SIRET : 81153943600022

Partenaires habilités

41 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 20 à former et organiser l'évaluation et 21 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACTION FIRST	4143624750002 5	Former
AFFIMATE	7535068720001 3	Former
AGENCYCYS	8410220640001 5	Former et organiser l'évaluation
ALTUS DEVELOPPEMENT	8348665920001 9	Former
ARTORIS	4407872570001 1	Former
AVENIR EMPLOI FORMATION	8937578070001 9	Former et organiser l'évaluation
C2J	5327258840002 9	Former
CARDIN EDITIONS	8316313530001 6	Former et organiser l'évaluation
C.E.G.E.F	4777427530003 1	Former
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE BAYONNE PAYS BASQUE	1864000570001 1	Former

Liste complète des 41 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rs2291-aussies-webmarketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification AUSSIES - Webmarketing est une certification portant sur les compétences professionnelles dans le domaine du webmarketing.

Cette certification a pour but de valider un socle de compétences en webmarketing. Ainsi cela doit permettre aux

titulaires d'améliorer leur insertion sur le marché du travail en maîtrisant des compétences essentielles pour exercer un poste dans le domaine du webmarketing (ex : Community manager, Responsable communication web etc...)
Vérifier et valider les compétences d'un candidat dans le domaine du webmarketing afin de protéger et/ou d'améliorer son employabilité.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Cette certification se base sur un socle de compétences qui a été défini avec l'aide d'entreprises du secteur du webmarketing.

Ces entreprises nous ont fait part des compétences qu'elles souhaitaient retrouver chez le titulaire d'un poste dans le domaine du webmarketing.

Le socle de compétences visé est le suivant :

Bloc 1 : Le trafic sur un site web

1. Maîtriser les concepts de « trafic » et « canaux d'acquisition »
2. Créer du trafic sur un site web via différents canaux d'acquisition
3. Faire la différence entre « trafic payant » et « trafic gratuit »

Bloc 2 : Les CPC (coût par clic)

4. Etablir des « coûts par clic » (CPC) pour une campagne webmarketing
5. Piloter les CPC de ses campagnes webmarketing

Bloc 3 : Les campagnes virales

6. Organiser une campagne virale
7. Accroître une communauté (concept de « Followers », « Like » etc...)

Bloc 4 : Optimisation et suivi des résultats des campagnes (concept de ROI "Return On Invest", en français "Retour Sur Investissement")

8. Comprendre le concept de « Cross canal » en webmarketing
9. Structurer ses campagnes en segment de cibles (âge, sexe, ville, csp etc...)
10. Mettre en place un suivi statistique de ses campagnes
11. Orienter ses campagnes pour les mobiles et tablettes (Responsive Design)
12. Déterminer et optimiser ses « coûts d'acquisition » (CPA)

Cette certification se base sur un socle de compétences précis qui est le suivant :

Bloc 1 : Le trafic sur un site web

1. Maîtriser les concepts de « trafic » et « canaux d'acquisition »
2. Créer du trafic sur un site web via différents canaux d'acquisition
3. Faire la différence entre « trafic payant » et « trafic gratuit »

Bloc 2 : Les CPC (coût par clic)

4. Etablir des « coûts par clic » (CPC) pour une campagne webmarketing
5. Piloter les CPC de ses campagnes webmarketing

Bloc 3 : Les campagnes virales

6. Organiser une campagne virale
7. Accroître une communauté (concept de « Followers », « Like » etc...)

Bloc 4 : Optimisation et suivi des résultats des campagnes (concept de ROI "Return On Invest", en français "Retour Sur Investissement")

8. Comprendre le concept de « Cross canal » en webmarketing
9. Structurer ses campagnes en segment de cibles (âge, sexe, ville, csp etc...)
10. Mettre en place un suivi statistique de ses campagnes
11. Orienter ses campagnes pour les mobiles et tablettes (Responsive Design)
12. Déterminer et optimiser ses « coûts d'acquisition » (CPA)

L'ensemble de ces 12 compétences est évalué en totalité.

Le candidat est jugé sur sa capacité à mettre en oeuvre les compétences nécessaires au domaine du webmarketing.

Plus spécifiquement, les éléments suivants sont jugés :

- Capacité du candidat à maîtriser les compétences du webmarketing
- Capacité du candidat à répondre aux principales problématiques du webmarketing
- Capacité du candidat à créer une campagne webmarketing dans sa totalité
- Capacité du candidat à suivre l'impact et le retour sur investissement (ROI) d'une campagne webmarketing

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Aucun pré-requis

Base légale

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Retrouvez un dossier complet sur cette certification à l'adresse suivante :

<http://www.fosteracademy.com/certifications/foster-webmarketing.pdf>

Retrouvez les lettres des entités utilisatrices de la certification AUSSIES -

Webmarketing à l'adresse suivante :

<http://www.fosteracademy.com/certifications/lettres-references.pdf>

Pour plus d'informations : <http://www.fosteracademy.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/2291/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	32
Parcours menés à terme	115
Taux d'achèvement	359 %
Période	02/2022 – 11/2022

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2 890
Montant total engagé	3 257 088 €
Coût moyen par dossier	1 127 €
Durée moyenne	18 h
Période	01/2020 – 01/2022
France compétences	98 %
Reste à charge titulaire	1 %
France Travail	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
Régions	0 %
OPCO	0 %
État	0 %

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