

Acquisition de trafic web

RS2318 · RS · Publiée

L'essentiel

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

Certificateur(s)

PEDAGOGIE DU MANAGEMENT · SIRET : 71201036200028

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EMIL	88879497100018	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La communication digitale ne s'arrête pas à la création d'un site web. La visibilité de ses produits et services, la notoriété de la marque et la génération de trafic qualifié sont des enjeux récurrents. Comment faire venir les prospects, faire agir les visiteurs, acquérir des clients et améliorer ses performances ?

La certification "Acquisition de trafic" valide les acquis et atteste de la maîtrise des méthodes et des outils pour définir les bons choix tactiques et piloter ses campagnes de recrutement on-line.

Les objectifs de la certification sur les suivants :

- Connaître les différents leviers de génération de trafic.
- Utiliser la palette des leviers à bon escient.
- Combiner les différents leviers pour une meilleure performance.
- Améliorer la qualité de son trafic.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences constituant la certification :

1. Détecter les différents leviers de trafic et identifier les combinaisons possibles
2. Analyser les enjeux et les problématiques du référencement naturel (SEO et SMO)
3. Appréhender les facteurs de succès du référencement payant (SEA)
4. S'approprier les différents formats de publicité on-line
5. Evaluer des campagnes SEM et display : analyser des performances et mesurer et des résultats
6. Bâtir une stratégie d'e-mailing et de newsletter
7. Piloter et suivre des campagnes de conquête
8. Construire des programmes d'affiliation web ciblés
9. Mesurer l'efficacité de ses campagnes
10. Elaborer une stratégie social marketing
11. Analyser l'impact et la performance des médias sociaux
12. Optimiser ses actions de génération et d'acquisition de trafic
13. Analyser les résultats et calculer la performance : le ROI
14. Mettre en place une stratégie « Web Analytics »

Les leviers du search et du display

- 1.Détecter les différents leviers de trafic et identifier les combinaisons possibles
- 2.Analyser les enjeux et les problématiques du référencement naturel (SEO et SMO)
- 3.Appréhender les facteurs de succès du référencement payant (SEA)
- 4.S'approprier les différents formats de publicité on-line
- 5.Evaluer des campagnes SEM et display : analyser des performances et mesurer et des résultats

Les leviers de l'emailing de conquête et de fidélisation

- 6.Bâtir une stratégie d'e-mailing et de newsletter
- 7.Piloter et suivre des campagnes de conquête
- 8.Construire des programmes d'affiliation web ciblés
- 9.Mesurer l'efficacité de ses campagnes

Les leviers du web 2.0, les agrégateurs de contenu et les annuaires

- 10.Elaborer une stratégie social marketing
- 11.Analyser l'impact et la performance des médias sociaux

La performance des campagnes d'acquisition

12. Optimiser ses actions de génération et d'acquisition de trafic
13. Analyser les résultats et calculer la performance : le ROI
14. Mettre en place une stratégie « Web Analytics »

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Connaître les fondamentaux du marketing, avoir une culture digitale.

Base légale

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

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/2318/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	3
Parcours menés à terme	3
Taux d'achèvement	100 %
Période	02/2022 – 04/2022

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	51
Montant total engagé	93 211 €
Coût moyen par dossier	1 828 €
Durée moyenne	23 h
Période	01/2020 – 12/2021
France compétences	92 %

Reste à charge titulaire	5 %
État	2 %
Entreprise	1 %
Régions	0 %

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