

Stratégie Digital Marketing

RS3427 · RS · Publiée

L'essentiel

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

Certificateur(s)

M2I · SIRET : 33354415300344

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
M2I TECH	79504509500010	Former et organiser l'évaluation
SCRIBTEL FORMATION	39336786700024	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Couvrir l'ensemble des domaines d'activité professionnelle dans des secteurs très variés Public ou Privé.

Le Digital marketing (webmarketing) est un ensemble de techniques marketings et publicitaires utilisées dans un environnement Internet. La certification

permet à l'apprenant d'acquérir les capacités à élaborer et adapter une stratégie de communication internet cohérente, afin de générer et d'accroître le nombre de visiteurs, et donc des ventes. Mais aussi, de contrôler en permanence la visibilité et le trafic du site web en veillant à son bon référencement et en analysant le comportement des internautes. La certification « Stratégie Digital Marketing »

valide les compétences sur les 4 activités suivantes :

- Le webmarketing stratégique.
- La gestion du trafic.
- L'analyse de performance.
- La fidélisation.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Activité 1 - Webmarketing stratégique - Réaliser des études de marché.

- Élaborer une stratégie d'Inbound Marketing et Digital Brand Content.
- Utiliser les outils de ciblage.
- Concevoir un plan marketing opérationnel multicanal.
- Définir la veille stratégique.
- Mise en place une campagne marketing à l'aide du Big Data.
- Gérer la stratégie Marketing sur les réseaux sociaux « Social Media Marketing ».

Activité 2 - Gestion du trafic

- Optimiser le site pour les moteurs de recherches « SEO - Search Engine Optimisation ».
- Gérer la publicité sur les moteurs de recherche « SEA – Search Engine Advertising »
- Gérer le référencement de site web.

- Evaluer le ROI au regard du KPI « indicateurs clés de performance ».
- Mettre en place une stratégie de visibilité liée aux liens sponsorisés.
- Gérer la régie publicitaire et la communication on-line.

Activité 3 - Analyse des performances

- Analyser l'audience et les résultats d'un site.
- Mesurer précisément les performances de chaque version d'une page Web « A/B testing ».
- Analyser le trafic et la visibilité.
- Analyser les ventes.
- Utiliser les outils du marketing pour décupler les résultats.
- Mesurer l'expérience utilisateur "User Experience".

Activité 4 - Fidélisation

- Concevoir une campagne d'e-mailing responsive, des newsletters et des jeux-concours.
- Animer des réseaux sociaux.
- Interagir avec les utilisateurs en utilisant le « marketing automation ».
- Créer une communauté.
- Mettre en place une politique de communication efficace favorisant la fidélisation.
- Réaliser des formulaires de satisfaction.
- Anticiper les besoins des utilisateurs en s'appuyant sur la réalité virtuelle, les objets connectés et l'intelligence artificielle.

Le candidat est évalué sur les capacités à :

- Définir sa stratégie Marketing.
- Optimiser son référencement.
- Mesurer la performance Marketing.
- Gérer la relation client.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Une utilisation des fonctionnalités de sites Web, langage HTML/CSS, et du JavaScript est conseillée.

Base légale

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.m2information-certification.com/certifications/>

<https://www.m2information-diplomante.com/diplomes/>

<https://www.m2information.fr/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3427/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	9
Montant total engagé	16 855 €
Coût moyen par dossier	1 873 €
Durée moyenne	80 h
Période	12/2020 – 10/2021

France compétences	36 %
France Travail	31 %
Reste à charge titulaire	18 %
Régions	15 %

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