

Créer, optimiser et dynamiser la stratégie webmarketing et communication numérique d'une organisation

RS3831 · RS · Publiée

L'essentiel

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

Certificateur(s)

VISIPLUS · SIRET : 44321186700025

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
ISCOD	88877726500016	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Cette certification a pour objectif l'acquisition et la maîtrise des fondamentaux du webmarketing. Cette certification atteste que le stagiaire est capable de définir et mettre en œuvre la stratégie marketing digital d'une organisation, rédiger des contenus adaptés pour le web, optimiser le référencement naturel, créer des campagnes de référencement payant sur Google AdWords, optimiser l'expérience utilisateur et la conversion sur un site web, déployer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux, et enfin mesurer la performance d'un site web via un outil d'analyse.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Optimiser la stratégie de marketing digital en cohérence avec les objectifs stratégiques d'une organisation.
2. Concevoir une stratégie éditoriale prenant en compte les spécificités des cibles et des supports de communication web sélectionnés.
3. Rédiger des contenus impactants répondant aux attentes du lectorat web de manière à optimiser le référencement naturel.
4. Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement naturel.
5. Evaluer les résultats d'une stratégie de référencement naturel d'un site par son positionnement sur les moteurs de recherche.
6. Déployer une campagne de référencement payant via Google Adwords respectant un budget préalablement établi qui permette la venue de trafic qualifié.
7. Paramétrer un outil d'analyse de fréquentation d'un site web pour évaluer son niveau de performance.
8. Traduire les données collectées par Google Analytics en rapport de synthèse et d'analyse du trafic afin d'optimiser les performances du site web.
9. Identifier les différents parcours de navigation des internautes selon des indicateurs préalablement définis (taux de visite, durée de navigation, engagement, achat...).
10. Augmenter le taux de transformation grâce à une meilleure expérience utilisateur.
11. Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux en adoptant les codes des canaux dédiés pour répondre aux objectifs du plan de marketing web.

1. Optimiser la stratégie de marketing digital en cohérence avec les objectifs stratégiques d'une organisation.
2. Concevoir une stratégie éditoriale prenant en compte les spécificités des cibles et des supports de communication web sélectionnés.
3. Rédiger des contenus impactants répondant aux attentes du lectorat web de manière à optimiser le référencement naturel.
4. Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement naturel.
5. Evaluer les résultats d'une stratégie de référencement naturel d'un site par son positionnement sur les moteurs de recherche.
6. Déployer une campagne de référencement payant via Google Adwords respectant un budget préalablement établi qui permette la venue de trafic qualifié.
7. Paramétrer un outil d'analyse de fréquentation d'un site web pour évaluer son niveau de performance.
8. Traduire les données collectées par Google Analytics en rapport de synthèse et d'analyse du trafic afin d'optimiser les performances du site web.
9. Identifier les différents parcours de navigation des internautes selon des indicateurs préalablement définis (taux de visite, durée de navigation, engagement, achat...).
10. Augmenter le taux de transformation grâce à une meilleure expérience utilisateur.
11. Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux en adoptant les codes des canaux dédiés pour répondre aux objectifs du plan de marketing web.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Aucun

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/3831/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	230
Montant total engagé	683 448 €
Coût moyen par dossier	2 972 €
Durée moyenne	139 h
Période	01/2020 – 12/2021
France compétences	81 %
France Travail	12 %
Reste à charge titulaire	3 %
OPCO	2 %
Régions	1 %
Entreprise	1 %

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