

Développer son activité avec le Webmarketing

RS4119 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	320p, 320m, 320n
Formacode(s)	44527, 46336, 34093
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

WEBMARKETING & CO M · SIRET : 79015057700027

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La présente certification permet d'acquérir la compétence de mettre en place une stratégie de webmarketing avec une démarche structurée, une communication de webmarketing plus efficiente, une meilleure planification des différentes actions ainsi qu'un suivi et une évaluation des opérations réalisées.

Aussi, en adoptant les techniques et les outils adaptés à chaque média, en créant et en optimisant les contenus, les formats et les modes de diffusion adaptés au projet, en ajustant la communication et les différents leviers, cette compétence apporte une véritable plus-value aux entreprises.

Enfin, cette compétence « Développer son activité avec le webmarketing » offrira aux certifiés un avantage certain sur le marché de l'emploi en renforçant et en professionnalisant leur pratique en webmarketing leur permettant ainsi de développer une communication sur le web plus efficace, d'optimiser le référencement de leur marque sur internet, d'accroître leur présence et leur influence sur le web et de valoriser leur image de marque.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mise en place d'une stratégie Webmarketing

- Analyser le contexte, l'environnement de l'entreprise et l'écosystème du web marketing pour en dégager les opportunités à saisir.
- Réaliser un audit de l'existant de la présence de l'entreprise sur le web pour identifier son positionnement et en dégager les orientations à prendre pour accroître sa visibilité et sa notoriété.
- Elaborer les orientations d'un plan d'action en tenant compte du contexte de l'entreprise pour définir le projet et les axes stratégiques et prioritaires sur lesquels orienter la stratégie Webmarketing.
- Elaborer un plan d'action, en vue d'améliorer sa stratégie de webmarketing, associé à des objectifs SMART et des indicateurs de performance pour organiser des actions cohérentes et maîtrisées.
- Evaluer les moyens financiers, humains et organisationnels à déployer pour établir le budget alloué à la mise en place de la stratégie Webmarketing.
- Identifier et sélectionner les médias sociaux en adéquation avec la stratégie Webmarketing pour gérer l'image de marque et promouvoir les produits.
- Identifier les influenceurs les plus pertinents à contacter pour permettre la réussite des objectifs d'amélioration de sa stratégie de webmarketing.
- Identifier les expressions recherchées par les internautes sur les moteurs de recherche en adéquation avec les objectifs de l'entreprise.
- Identifier différents leviers de promotion et d'acquisition de trafic sur le web pour sélectionner les plus adaptés à l'amélioration de sa stratégie webmarketing.
- Organiser et planifier les tâches à réaliser pour donner un cadre à suivre, un timing à respecter et développer l'activité de l'entreprise via le webmarketing.

Application opérationnelle d'une communication webmarketing

- Optimiser le référencement de la marque sur les moteurs de recherche pour accroître sa visibilité.
- Utiliser les outils et les techniques webmarketing adaptés à chaque média social pour générer du trafic et accroître le taux de transformation de visiteurs en clients.
- Développer et adapter les contenus des différents supports digitaux existants de l'entreprise pour améliorer leur efficacité, leur performance et accroître le référencement naturel sur le web.
- Concevoir et mettre en place des campagnes de communication sur le web en adaptant et personnalisant les messages en fonction de la cible visée, des médias et autres supports utilisés pour attirer le consommateur et fidéliser les clients
- Mettre en place des actions de communication auprès des influenceurs pour les transformer en relai d'informations et en ambassadeur de la marque.
- Développer la présence de l'entreprise sur les différents supports Webmarketing pour accroître sa visibilité et son influence sur les réseaux sociaux.
- Mettre en place des actions de contrôle de la e-réputation de l'entreprise en tenant compte des informations révélées par les communautés sur le web pour activer rapidement les actions correctives si nécessaires.
- Piloter les actions de communication webmarketing en ajustant les différents dispositifs pour assurer leur déploiement et leur continuité.
- Utiliser les techniques de veille sur internet pour anticiper les évolutions du numérique et de la communication webmarketing.

Suivi et évaluation de la communication webmarketing

- Suivre les différents indicateurs de performance du plan d'action de la stratégie Webmarketing pour vérifier les écarts entre les résultats attendus et ceux obtenus.
- Analyser le retour sur investissement des actions de webmarketing mises en œuvre par l'entreprise pour mesurer leur efficacité et améliorer la performance.
- Analyser les résultats des opérations webmarketing via des outils d'analyse pour suivre les actions réalisées et proposer des axes d'amélioration.
- Mesurer l'impact du Webmarketing sur la communication globale de l'entreprise pour évaluer la performance des actions réalisées.

Combiner de manière itérative tests et mesures pour permettre à l'entreprise d'améliorer chacune de ses actions de webmarketing dans une démarche d'amélioration continue.

Les compétences évaluées sont les mêmes que celles décrites dans le Descriptif général des compétences constituant la certification.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

Base légale

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

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RS5210

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/4119/>