

# Concevoir et piloter une stratégie de marketing et communication digitale

RS5598 · RS · Publiée

## L'essentiel

|                       |                            |
|-----------------------|----------------------------|
| Code(s) NSF           | 312n, 312                  |
| Formacode(s)          | 34052, 46341, 46347        |
| Type d'enregistrement | Enregistrement sur demande |
| Date d'enregistrement | 24/11/2021                 |
| Date d'échéance       | 24/11/2022                 |

## Certificateur(s)

UNIVERSITE PARIS DAUPHINE · SIRET : 19754692200018

COMUNDI · SIRET : 79922203900031

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

Cette certification concerne les activités des services marketing et de communication digitale des entreprises, institutions ou autres types de structures.

L'essor des technologies digitales et des usages qui en découlent (Web collaboratif, médias sociaux, TV interactive, applications mobiles, développement webmarketing) ainsi que les nouvelles pratiques d'acquisition de trafic (buzz marketing, publicité on line ...) contribuent à développer ces activités. De plus, le développement du multicanal renforce l'enjeu de cohérence et d'articulation de la présence digitale des entreprises.

La certification atteste de l'acquisition des compétences en e-marketing et en communication digitale. Plus précisément, il s'agit de bâtir une stratégie et un plan d'actions online, d'assurer le cadrage, la coordination et le lancement de projets digitaux (sites web, campagnes web marketing, dispositifs sur les medias sociaux, stratégie d'influence, ...) et de mesurer et optimiser l'efficacité/ la performance de ses dispositifs, grâce à une approche data driven marketing.

### COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 : Réaliser un benchmark de la concurrence et des pratiques du marché en termes de stratégie marketing et de communication digitale, pour identifier les facteurs clés de succès et analyser les écueils à éviter.

C2 : Analyser la pertinence et le retour sur investissement des leviers digitaux déjà exploités au sein d'une entreprise, afin d'établir un diagnostic de départ et d'identifier des axes d'amélioration.

C3 : Formaliser des axes stratégiques d'amélioration et/ou de développement de la présence digitale d'une entreprise sur son marché, pour concevoir une stratégie différenciante et personnalisée.

C4 : Concevoir des sites (web, mobiles, applications mobiles) optimisés pour le référencement naturel et centrés utilisateurs, en intégrant notamment l'accessibilité et l'ergonomie nécessaires y compris pour les personnes en situation de handicap, afin d'améliorer l'expérience utilisateur, la satisfaction des internautes, et les taux de transformation.

C5 : Sélectionner les leviers digitaux pour la mise en œuvre de la stratégie marketing et de communication digitale (réseaux sociaux, affiliations, achats de mots clés, emails marketing, epub, ...), afin de satisfaire aux objectifs marketing d'une entreprise, et diriger le public qualifié vers le site ou l'application souhaités.

C6 : Evaluer le budget nécessaire à la mise en œuvre d'une stratégie de marketing et de communication digitale (moyens humains, coûts des campagnes de communication, et des différents dispositifs digitaux), pour aider la direction à la prise de décision de lancement du projet.

C7 : Briefer des experts du digital à partir d'un cahier des charges, afin d'exprimer clairement les besoins et objectifs visés pour la conception de dispositifs de marketing et de communication, et d'en anticiper le pilotage ainsi que la mesure de performance.

## Voies d'accès

### PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Bac+5, ou bac+2 avec 5 ans d'expérience.

Projet en cours ou à venir, lié au marketing et/ou à la communication digitale.

### COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury du digital business case n°1 (DBC 1) est composé de 4 personnes :

- la responsable pédagogique du cycle de Comundi ou son représentant,
- un des professeurs référents de l'Université Dauphine, autre que celui qui coordonne la promotion évaluée,
- deux professionnels issus d'entreprises extérieures.

Le jury du digital business case n°2 (DBC 2) est composé de 2 personnes :

- un des professeurs référents de l'Université Dauphine, autre que celui qui coordonne la promotion évaluée,
- un des professionnels externes du jury du DBC1.

## Base légale

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| Date de décision                    | 24/11/2021 |
| Durée de l'enregistrement           | 1 an       |
| Date d'échéance de l'enregistrement | 24/11/2022 |

## Statistiques

| Année | Certifiés | Dont VAE | Insertion 6 mois | Métier 2 ans |
|-------|-----------|----------|------------------|--------------|
| 2020  | 58        | —        | —                | —            |
| 2019  | 49        | —        | —                | —            |
| 2018  | 40        | —        | —                | —            |

## Liens avec d'autres certifications

### ANCIENNES VERSIONS

RS3399

### NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RS6150

## Pour plus d'informations

### LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.comundi.fr/formations/cycle-certifiant-marketing-et-communication-digitale.html>

### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/5598/>

## Entrées et sorties de formation

|                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| Entrées en formation   | 6                 |
| Parcours menés à terme | 6                 |
| Taux d'achèvement      | 100 %             |
| Période                | 03/2022 – 03/2023 |

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

## Demande CPF — formations engagées

|                             |                   |
|-----------------------------|-------------------|
| Dossiers CPF engagés        | 7                 |
| Montant total engagé        | 40 981 €          |
| Coût moyen par dossier      | 5 854 €           |
| Durée moyenne               | 70 h              |
| Période                     | 03/2022 – 11/2022 |
| France compétences          | 53 %              |
| Entreprise                  | 42 %              |
| Reste à charge titulaire    | 4 %               |
| Compte d'engagement citoyen | 1 %               |

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