

Mettre en œuvre une stratégie de marketing digital

RS5957 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	34093
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/03/2022
Date d'échéance	25/03/2025

Certificateur(s)

NAIAS FORMATION · SIRET : 80919815300029**NAIAS FORMATION · SIRET : 80919815300060**www.naias-conseil.fr**NAIAS FORMATION · SIRET : 80919815300045****NAIAS FORMATION · SIRET : 80919815300037**

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
NAIAS FORMATION	80919815300029	Former et organiser l'évaluation
NAIAS FORMATION	80919815300037	Former et organiser l'évaluation
NAIAS FORMATION	80919815300045	Former et organiser l'évaluation
NAIAS FORMATION	80919815300060	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Devant les chiffres en constante augmentation du temps consacré sur le web, la digitalisation des entreprises, le glissement vers le web des processus de communication, de marketing et de vente, l'acquisition de compétences « digitales » devient une nécessité pour les professionnels du marketing et de la communication.

L'objectif de la certification est de :

- Donner aux responsables marketing ou responsables communication souvent confrontés à la définition d'une stratégie marketing digital non maîtrisée, les compétences nécessaires pour accompagner leur entreprise dans sa stratégie digitale, avoir une présence en ligne et définir une stratégie d'acquisition de trafic et de fidélisation efficaces.
- Développer les compétences des professionnels du marketing digital spécialisés qui éprouvent le besoin professionnel de prendre de la hauteur, de comprendre l'ensemble des leviers du marketing digital afin d'être capable de définir une stratégie marketing digital globale.
- Permettre à des entrepreneurs d'intégrer le canal digital au point de départ de leur activité, de maîtriser la stratégie marketing digital, clef de leur réussite avant de s'adresser à des prestataires.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Créer un département marketing digital en utilisant et développant les compétences du personnel existant pour amorcer le virage digital de l'entreprise.

- Rédiger les fiches de postes d'éventuels recrutements pour optimiser le virage digital de l'entreprise et compléter les compétences de l'équipe existante.
- Définir une stratégie d'externalisation des tâches dont la compétence n'est pas internalisable pour des raisons financières ou de compétences indisponibles afin de répondre à un besoin précis.
- Présenter une demande et négocier des prestations de marketing digital avec des agences, des freelances ou des plateformes digitales afin de sélectionner ses futurs prestataires.
- Gérer et faire évoluer les budgets et les ressources digitales avec une vision stratégique progressive pour mettre en œuvre la stratégie marketing digital de l'entreprise d'acquisition clients.
- Élaborer la stratégie marketing digital d'une marque ou d'un site en sélectionnant les bons leviers d'acquisition de trafic en fonction des étapes de développement pour développer le chiffre d'affaires en ligne.
- Surveiller la performance des campagnes digitales et du site via la mise en place d'outils d'analyse et de reporting en sélectionnant les indicateurs de performance pertinents par levier d'acquisition de trafic pour optimiser la performance des campagnes.
- Définir l'ensemble des personae (clients cibles) sur le Web afin de prioriser les axes stratégiques.
- Mettre en place ou superviser la mise en place d'une stratégie de fidélisation notamment via le marketing automation et le CRM (la relation client) ou encore les programmes de fidélité pour développer le chiffre d'affaires en ligne.
- Identifier les outils nécessaires pour la mise en place de la stratégie de fidélisation.
- Respecter les bonnes pratiques de délivrabilité emailing afin que les envois arrivent en boîte de réception et non en spams.
- Coordonner les actions de la stratégie de fidélisation avec les autres départements en charge des autres canaux de communication et de distribution de la marque afin d'harmoniser le discours de marque.
- Définir une stratégie de segmentation de la base de données client afin de cibler plus efficacement les prospects notamment via la personnalisation.

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Contrat de professionnalisation

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Une expérience professionnelle d'au moins 2 ans en entreprise. Connaissances des réseaux sociaux à titre personnel et aisance sur l'outil informatique.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury est composé de 4 membres experts en marketing digital et e-commerce dont 2 faisant partie du centre sans lien avec le candidat.

Base légale

Date de décision	25/03/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/03/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	132	—	—	—
2019	163	—	—	—
2018	154	—	—	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RS1744

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RS6927

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.naias-conseil.fr/certification-digital-marketing/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/5957/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	97
Parcours menés à terme	93
Taux d'achèvement	96 %
Période	05/2022 – 07/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	103
Montant total engagé	319 108 €
Coût moyen par dossier	3 098 €
Durée moyenne	238 h
Période	04/2022 – 03/2025
France compétences	80 %
France Travail	15 %
Reste à charge titulaire	4 %
Régions	1 %

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