

Faire connaître l’offre de son entreprise grâce aux outils de marketing digital

RS7522 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	320m
Formacode(s)	46364, 46347, 34093
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/02/2026
Date d'échéance	27/02/2028

Certificateur(s)

DIGI-ATLAS · SIRET : 84457407900019

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Ce dispositif de formation s’adresse aux entrepreneurs indépendants, en activité ou en phase de lancement, qui souhaitent structurer et renforcer leur visibilité en ligne. Il leur permet d’acquérir des compétences pour concevoir et déployer des actions de marketing digital pertinentes tout en mobilisant, notamment, des outils d’intelligence artificielle générative. L’ensemble de ces actions vise à accroître la notoriété de leur activité, en s’appuyant sur une stratégie alignée avec leur positionnement et les attentes de leurs cibles

Publics cibles : entrepreneurs indépendants, déjà installés ou créateurs d'entreprise

Pré-requis : disposer d'une première présence en ligne (site internet, page de présentation ou profil sur les réseaux sociaux)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Élaborer un plan d’action marketing en analysant l’environnement concurrentiel, les cibles (personas) et les canaux de communication les plus adaptés afin de fixer des objectifs de visibilité prioritaires et de déterminer les ressources et les moyens nécessaires à leur mise en œuvre.

Déployer une stratégie SEO pour optimiser le référencement naturel d’un site internet, en intégrant l’analyse des mots-clés, l’optimisation technique, la qualité du contenu ainsi que les exigences d’accessibilité numérique, afin d’améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche tout en garantissant un accès équitable à tous les utilisateurs.

Développer une communauté en mettant en œuvre une stratégie de contenu adaptée aux réseaux sociaux identifiés, en utilisant les formats natifs et des outils de création, de planification et d’analyse (comme Meta, Canva, Notion…) afin de renforcer l’engagement, fidéliser les membres et attirer de nouveaux prospects et clients.

Produire des contenus pertinents adapté à sa cible et au différentes plateforme (site internet, réseaux sociaux…)en mobilisant des outils d’IA générative (ChatGPT, Gemini) à travers des techniques de prompts adaptées et en optimisant les messages afin de gagner en crédibilité et en image de marque auprès de sa cible, et rendre son audience captive.

Piloter des campagnes publicitaires en ligne (Google Ads, Meta Ads…), en définissant des objectifs clairs (visibilité, trafic, conversions), un budget adapté et des messages percutants, tout en analysant les performances afin de maximiser leur impact en cohérence avec sa stratégie digitale.

Analyser les performances de ses actions marketing à l’aide d’indicateurs clés (statistiques des réseaux sociaux, taux d’ouverture des emails, résultats des campagnes publicitaires…) et en s’appuyant sur des outils d’IA afin d’évaluer la visibilité et la notoriété en ligne de la marque, et

d'ajuster les contenus, les canaux ou les investissements pour optimiser l'impact des actions menées.

Secteur d'activité et type d'emploi

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Réglementation du Marketing Digital et Accessibilité Numérique

1. Règlementation Générale du Marketing Digital

- Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) s'applique à toute activité de marketing digital traitant des données personnelles.
- Le RGPD impose le recueil du consentement explicite des utilisateurs, la transparence sur l'usage des données, ainsi que le droit à l'oubli et à la portabilité.
- La Loi pour la Confiance dans l'Économie Numérique (LCEN) encadre l'envoi de communications électroniques et interdit le spam, en exigeant le consentement préalable.
- Le Code de la consommation, complété par les recommandations de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), encadre la publicité trompeuse, comparative ou agressive.

2. Accessibilité Numérique dans le Marketing Digital

- La loi du 11 février 2005, modifiée en 2016, impose l'accessibilité des services numériques aux personnes en situation de handicap.
- Les entreprises privées réalisant plus de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires sont soumises à l'obligation de rendre leurs services numériques accessibles.
- Ces entreprises doivent publier une déclaration d'accessibilité et un schéma pluriannuel de mise en accessibilité.

3. Normes et Référentiels Applicables

- Le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA) est la norme française applicable.
- Les normes internationales WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines) précisent les critères d'accessibilité à respecter : contenus perceptibles, utilisables, compréhensibles et robustes.

4. Bonnes Pratiques pour un Marketing Digital Accessible

- Utiliser un design compatible avec les lecteurs d'écran et les navigateurs accessibles.
- Prévoir un contraste suffisant entre le texte et l'arrière-plan.
- Fournir des textes alternatifs pour les images et des sous-titres pour les vidéos.
- Veiller à une navigation claire et fluide, utilisable au clavier.
- Former les équipes marketing aux enjeux de l'accessibilité numérique.

5. Sanctions Possibles en Cas de Non-Conformité

- Le non-respect du RGPD peut entraîner des amendes pouvant aller jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires mondial.
- Le non-respect des obligations d'accessibilité numérique peut conduire à des sanctions administratives ou à des actions en justice par des associations de défense des droits.

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Disposer d'une première présence en ligne (site internet, page de présentation ou profil sur les réseaux sociaux)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Chaque jury est composé de deux personnes (50% externes MINIMUM) :

- 1 directeur ou directeur-adjoint du centre de formation (président du jury)
- 1 professionnel externe à l'établissement, expert en marketing digital, et n'ayant pas intervenu dans la formation.

Base légale

Date de décision	27/02/2026
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/02/2028

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7522/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	0
Prix indicatif	1 752 € – 2 340 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	19
Parcours menés à terme	8
Taux d'achèvement	42 %
Période	05/2026 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	25
Montant total engagé	40 887 €
Coût moyen par dossier	1 635 €
Durée moyenne	49 h
Période	04/2026 – 09/2026
France compétences	79 %
France Travail	10 %
Reste à charge titulaire	7 %
Entreprise	4 %

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