

Certification Marketing Digital

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **MARKETING DIGITAL**

Secteurs adressés en priorité : BtoC

Banque / Assurance / mutuelle / Retail / Commerce / Négoce / Distribution / Biens de consommation / agroalimentaire / Industrie pharmaceutique / Imprimerie / Édition / Communication / Multimédia / Télécoms / BTP / Matériaux de construction / Chimie / Parachimie / Électronique / Études et conseils / Informatique / Automobile / Services aux entreprises / Textile / Habillement / Chaussure Transports / Logistique...

Professionnels concernés :

Directeur ou Responsable Marketing ou Webmarketing

Responsable de site marchand / e-business

Chef de produits

Chef de projets digitaux / Internet / CRM / Webmaster

Toute personne souhaitant acquérir des compétences lui permettant d'être plus efficace dans sa fonction de responsable marketing.

Toute personne ayant des responsabilités sur des supports digitaux au sein d'une direction marketing.

Tout salarié en reconversion professionnelle dans le secteur du marketing

Demandeurs d'emploi

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **312**

Code(s) ROME : **M1703**, **M1706**, **E1103**, **M1707**, **M1705**

Formacode : **34052**

Date de création de la certification : **03/04/2015**

Mots clés : **Optimiser la performance**, **stratégie**, **Webmarketing**, **Marketing digital**

Identification

Identifiant : **2269**

Version du : **19/10/2016**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [Baromètre des leaders du Marketing Digital en France - 2016](#)
 - [SupRef \(Référencement - Marketing - Réseaux sociaux\) : 27 Livres blancs consacrés au marketing digital](#)
 - [IAB.France \(Interactive Advertising Bureau\) : « Les métiers du marketing et de la communication dans un contexte de transition digitale »](#)
 - [Adetem \(Association Nationale du Marketing\) - Sélection d'ouvrages de référence sur les métiers du marketing, marketing digital et e-marketing.](#)
 - [Publications universitaires sur les métiers du Marketing digital](#)
 - [e-marketing.fr](#) : « Fiche métier du Digital - Marketing Manager »
 - [Apec](#) - « Référentiel des métiers cadres du Marketing Digital »
- Non formalisé :
- [« Marketing digital : comment ils recrutent des compétences atypiques »](#)

- [Les nouvelles compétences clés à l'ère digitale - Journal du Net - 23/01/2014](#)
- [Petit Web : « Métiers du Marketing Digital : une étude pour sortir du flou »](#)
- [Conseilsmarketing.com](#) : « Quels sont les futurs enjeux autour des métiers du marketing-digital ? ».

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Le Marketing est sans doute le domaine pour lequel le Digital a le plus d'impacts car il implique d'acquérir un grand nombre de compétences nouvelles. Conçu en concertation avec des Directeurs Marketing de grands groupes et en collaboration avec l'Institut de l'Internet et du Multimédia (IIM), ce cycle permet d'appréhender de façon cohérente et exhaustive les nouvelles dimensions de la fonction Marketing.

Les objectifs de la "certification marketing digital" sont de certifier que des professionnels du marketing sont en mesure de :

- Appréhender toutes les dimensions du Digital dans la fonction Marketing.
- Maîtriser l'ensemble des supports digitaux et du e-commerce.
- Mettre en place des dispositifs cross-canaux efficaces.
- Développer de nouvelles techniques de recrutement et de fidélisation clients.
- Mesurer l'efficacité de ses actions Marketing Digital

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Aucun lien

Descriptif général des compétences constituant la certification

Définir une stratégie omnicanal

- Etudier les clients connectés et leurs parcours d'achat.
- Identifier et définir des outils à utiliser
- Sélectionner des médias sociaux en adéquation avec la stratégie marketing
- Définir la politique sur les médias sociaux
- Créer des synergies entre médias traditionnels, web et mobiles

Mettre en œuvre et piloter la stratégie omnicanal

- Organiser la présence sur les médias sociaux
- Créer et entretenir de l'interaction avec les communautés web
- Définir, suivre et mesurer des indicateurs clés de performances
- Veiller et anticiper les évolutions du marketing digital.

Optimiser le référencement et l'« expérience utilisateur » d'un site Web pour rendre le visiteur acheteur.

Public visé par la certification

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Etudiants

- Elaborer et mettre en œuvre la stratégie de référencement
- Etudier les nouveaux comportements de l'e-consommateur
- Mettre en œuvre et appliquer des techniques et méthodes d'e-merchandising
- Actualiser et dynamiser son site web
- Faire une veille des tendances et adapter l'e-merchandising

Mesurer la performance et le ROI de ses actions de marketing digital

- Exploiter Google Analytics
- Etudier l'audience et le contenu
- Analyser les statistiques de ses opérations marketing digital
- Identifier les axes d'amélioration et proposer des actions en adéquation

Modalités générales

MODALITES GENERALES

> FORMATION PRESENTIELLE

5x2 jours (70 heures) de formation en présentiel (6 modules)

> FORMATION A DISTANCE

7 heures de classes virtuelles

+ échanges avec le référent du cycle sur une plateforme de social learning dédiée.

> DOSSIER DE SOUTENANCE

A l'issue du cycle, chaque participant présente un travail personnel devant un jury composé de professionnels.

MODULES

Module 1 (2j) : Les fondamentaux du marketing digital

Module 2 (2j) : Intégrer les médias sociaux dans son plan cross-canal

Module 3 (2j) : Maîtriser les stratégies d'acquisition de trafic : le search marketing

Module 4 (2j) : Convertir ses prospects en clients grâce aux techniques du e-merchandising

Module 5 (1j) : Intégrer le marketing mobile au cœur de ses actions marketing

Module 6 (1j) : Mesurer la performance et le roi de ses actions marketing digital

MODALITES D'EVALUATION DU MEMOIRE

Durant la formation, le candidat rédige un mémoire professionnel sur une problématique opérationnelle en marketing digital et le soutient oralement devant un jury à l'issue de la formation. Ce mémoire doit contenir au moins :

- Une présentation et une analyse de sa problématique et de ses enjeux.
- Une étude de l'environnement digital de l'entreprise
- Un plan d'action
- La description et l'analyse de la mise en œuvre d'une nouvelle stratégie de présence sur le web ou du lancement d'un nouveau produit
- Un état des lieux de la performance des supports digitaux.
- Des contenus dont les sujets sont en rapport avec l'activité de l'entreprise.

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

Pour l'entité utilisatrice

A l'issue de cette certification, le candidat pourra :

- se prévaloir d'un savoir-faire et d'une expertise digitale dans son métier de marketing
- prendre en charge la mise en œuvre de projets en marketing digital.
- prétendre au poste de Responsable Marketing Digital

Cette formation certifiante :

- assure une reconnaissance des compétences
- développe de façon significative le niveau d'employabilité.

Valeur ajoutée pour l'entreprise :

1. Répondre à l'évolution digitale et à ses impacts sur l'organisation, les activités et les compétences.
2. Sécuriser les parcours professionnels et maintenir l'employabilité
3. Développer la performance économique
4. Acquérir de nouveaux clients
5. S'adapter aux nouveaux usages des clients connectés
6. Appréhender de façon cohérente et exhaustive les nouvelles dimensions de la fonction marketing
7. Développer la rentabilité de ses actions par l'optimisation des processus Marketing.

Evaluation / certification

Pré-requis

Maîtriser les fondamentaux du Marketing traditionnel

Bac+4 et/ou 5 ans d'expérience en marketing

Compétences évaluées

- Elaborer la stratégie omnicanal.
- Mettre en œuvre et piloter la stratégie omnicanal.
- Optimiser le référencement et le côté « expérience utilisateur » d'un site web pour rendre le visiteur acheteur.
- Mesurer la performance et le ROI de ses actions marketing digitale.

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

NC

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Attestation de fin de formation - Remise d'un Certificat de maîtrise des compétences

Centre(s) de passage/certification

- TALENCO - Tour CIT - 3 rue de l'Arrivée - 75749 PARIS CEDEX 15

Plus d'informations

Statistiques

3 sessions par an

25 personnes certifiées par an

Autres sources d'information

Site Talenco : <http://www.talenco.com/formations/marketing/cycle-certifiant-marketing-digital.html>