Certification compétences webmarketing et communication Web

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

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

Transverse :
- **Informatique, internet et télécom**
- **Commerce, vente, distribution**
- **Industries**
- **Art, Design**
- **Audiovisuel, spectacle**
- **Edition, journalisme**
- **Hôtellerie, restauration**
- **Banque, assurance, immobilier**
- **Sport, loisirs, tourisme**

Code(s) NAF : **85.59A**
Code(s) NSF : **312**
Code(s) ROME : **M1604**, **E1205**, **E1103**, **M1707**, **E1101**
Formacode : **34093**

Date de création de la certification : **06/10/2014**
Mots clés : **Marketing digital**, **Internet**, **Communication digitale**, **Webmarketing**

Identification

Identifiant : **3065**
Version du : **22/02/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :
Formalisé :
- **aucun**

Non formalisé :
- **Les métiers en 2022 - Rapport du groupe Prospective des métiers et qualifications**
- **Certificat de qualification professionnelle des organismes de formation**
- **Courriers de structures reconnaissant la certification**

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Les enjeux économiques prépondérants de l'image sur internet, la place de la vidéo, l'omniprésence des réseaux sociaux et des activités qui s'y rapportent réclament une modification de l'approche de la présence sur internet pour tous les professionnels.

La certification est dédiée aux entreprises qui souhaitent intégrer ces compétences sans créer de poste entièrement dédié à ces usages mais en les confiant à leurs salariés déjà en place ou en recrutant des profils polyvalents qui maitrisent ces questions.

La certification permet ainsi d'accéder aux fondamentaux de la communication webmarketing afin de rendre les participants autonomes sur le traitement de l'image pour le web, la gestion des réseaux sociaux et l'animation de sites internet.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- non

Descriptif général des compétences constituant la certification

- Définir une stratégie marketing sur Internet réaliste :

Définir sa cible,
Comprendre les leviers associés au développement de la notoriété

Public visé par la certification

Tous publics

d'une entreprise, les outils d'acquisition et de fidélisation au regard des moyens et compétences disponibles
- Définir un projet de site web :

Adapter le site à ses besoins;
Connaitre les différents outils existants : wordpress, jimdo, joomla, wizishop, prestashop et leurs usages,
Savoir définir son projet de site internet,
Pouvoir échanger avec un prestataire extérieur : agence web, etc., et comprendre les termes techniques.
- Administrer l'arborescence et le contenu d'un site internet :

Installation d'un site avec gestion du contenu (CMS) par ex : Wordpress
Structuration du contenu d'un site,
Création d'un menu de navigation,
Choix d'un graphisme,
Implantation d'extensions
- Réaliser des graphismes et illustrations :

Utilisation d'outils en ligne permettant de générer facilement des graphismes pour le web : canva, credo, etc.
Utilisation d'outils professionnels pour gérer des visuels pour internet et l'impression : Adobe Photoshop et Illustrator
- Produire le contenu nécessaire à une présence internet : texte, images fixes, vidéos, etc.

Savoir mettre au point un calendrier éditorial,
Créer du contenu pertinent pour sa cible,
Adapter le contenu à l'usage du web : écriture pour internet, format court, etc.
- Optimiser le référencement de site internet sur les moteurs de recherche :

Comprendre le fonction des moteurs de recherche,
Générer le contenu pertinent, permettant de répondre aux internautes ciblés,
Maitriser les points techniques indispensables à un bon référencement : vitesse de chargement, responsive design, certificats de sécurité, etc.,
Développer la notoriété de son site : liens, réseaux sociaux, Google My business
Configurer les outils Google : Google search, etc.
Mettre en place un suivi de positionnement
- Analyser l'audience d'un site internet :

Implémenter et paramétrer un outil d'audience web type comme Google Analytics,
Comprendre les principales mesures données par cet outil,
Savoir analyser les mesures pour valider la pertinence de ses actions webmarketing,
Automatiser la réception de données statistiques
- Fidéliser et développer sa communauté par le biais des réseaux sociaux :

Comprendre l'audience des principaux réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Pinterest, Linkedin, etc.
Connaitre les différents usages professionnels des réseaux sociaux,

Mettre en place une stratégie de présence pertinente sur les réseaux sociaux au regard de sa cible, Promouvoir sa présence sur les réseaux sociaux,
Connaitre la publicité sur les réseaux sociaux
- Mettre en place des campagnes publicitaires en ligne :

Connaitre les différents types de publicités : search, display, vidéo, etc. ;
Réaliser une campagne de publicité fictive,
Comprendre les budgets publicitaires et le retour sur investissement possible.
- Fidéliser avec l'emailing et les sms :

Positionner les contacts d'emailing et de sms dans la relation client
Savoir enrichir et segmenter sa base de données,
Savoir rédiger un message pertinent pour un email,
Utiliser un outil d'emailing professionnel : Sarbacane, Maillet, etc.
Utiliser un outil d'envoi de SMS professionnel,
Comprendre la pertinence d'un scénario d'envoi d'email ou de sms automatisés.
- Mettre en place une veille technique, juridique et technologique :

Connaitre l'environnement réglementaire autour d'une activité en ligne : Loi informatique et liberté, loi pour la confiance dans l'économie numérique, loi Hamon pour le ecommerce, loi pour une république numérique, RGPD, droit d'auteur, etc.
Mettre en place une veille thématique et réglementaire, à partir d'alertes, de lecteurs de flux rss, des réseaux sociaux ou d'outils conséquents.

Modalités générales

Durée de 150 heures sur 21 journées de formation réparties sur trois mois à un rythme de 2 jours par semaine en moyenne.

Tout au long de la formation, chaque participant développe un projet qui sera alimenté des nouvelles compétences acquises. Les projets peuvent être réels, basés dans la situation d'emploi ou le projet du participant, ou bien fictifs - mais réalistes.

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

- Permettre le maintien en poste de travail ou augmenter l'employabilité des individus face aux nouvelles compétences nécessaires aux usages d'Internet qui se développent dans tous les secteurs d'activité.

- Acquérir une stratégie de communication web pour la création et l'animation de sites web et l'animation des réseaux

- Acquérir les techniques de référencement et de pubilicité sur Internet ainsi que la création de lettres

Pour l'entité utilisatrice

- Avoir des salariés qui maitrisent les techniques de communication web

- Développer son chiffres d'affaires et quelque soit la taille de l'entité.

- Développer sa notoriété et fidéliser ses prospects et clients sur Internet

- Faciliter le développement des auto-entrepreneurs qui doivent communiquer avec un budget restreint.

d'information.

- Maitriser les compétences techniques, stratégiques
et rédactionnelles de la communication web.

Evaluation / certification

Pré-requis

- Être utilisateur d'Internet et connaître les bases de l'environnement du web.

- Savoir faire des recherches sur les moteurs de recherche.

- Accepter d'ouvrir (ou déja avoir) des comptes sur les réseaux sociaux.

Compétences évaluées

- Faculté à concevoir ou suivre la création d'un site web et gérer l'administration des pages.

- Faculté à communiquer une offre online autour d'un site web ou de réseaux sociaux.

- Faculté à référencer le site web sur les moteurs de recherche.

- Faculté à gérer et analyser l'audience et le trafic d'un site.

- Faculté à concevoir un plan webmarketing et un plan d'actions

- Capacité à créer et modifier des visuels

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

Pas de niveau délivré.

Centre(s) de passage/certification

- starTech Normandy

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : oui
Étendue de la certification partielle :
Module site web

Module réseaux sociaux

Module traitement graphique

Durée de validité des composantes acquises :
Permanente
Durée accordée pour valider les composantes manquantes :
Pas de limite de temps - mais le contenu des composantes évoluera avec le temps.
Matérialisation officielle de la certification :
Parchemin qui certifie les compétences professionnelles acquises et remis aux impétrants

Plus d'informations

Statistiques

- 2014 : 6 certifiés
- 2015 : 37 certifiés
- 2016 : 34 certifiés
- 2017 : 17 à ce jour et 10 en cours

Autres sources d'information

Fiche d'information Web - Certification compétences webmarketing et communication Web

Consulter les avis des participants aux sessions de formaiton - https://www.startechnormandy.com/page/avis-formation-startech-normandy