

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : Management des projets de marketing digital	<i>Contexte : Les projets marketing imposent aujourd'hui une transformation digitale des processus d'entreprise et font appel à un ensemble de technologies en évolution permanente. Le manager du marketing digital conduit ces projets selon une méthodologie propre au domaine digital.</i>	E2 : Travaux écrits E3 : Etude de cas E4 : Mise en situation professionnelle	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A1. Veille stratégique sur les technologies du digital <ul style="list-style-type: none"> • Organisation de la veille • Choix des outils de veille • Repérage des opportunités A2. Analyse des besoins de l'entreprise en marketing digital <ul style="list-style-type: none"> • Conduite de réunions internes • Identification des attentes • Spécifications techniques 	<p>C1. Exercer une veille sur les technologies et logiciels disponibles, afin de mettre en place les outils les mieux adaptés à la conduite des projets marketing de son entreprise (ou du client).</p> <p>C2. Définir le projet à réaliser en interaction avec les parties prenantes internes (ou le client), en procédant par itérations successives, en vue d'établir une liste exhaustive des attentes et facteurs-clés de succès (KPI).</p> <p>C3. Spécifier techniquement l'ensemble des attentes des parties prenantes internes ou du client, en justifiant les choix opérés, en vue de mettre au point le cahier des charges.</p>	<p>E2 – E3. (C1 à C3) <u>Etude de cas donnant lieu à une note de synthèse écrite remise au jury.</u></p> <p>La note de synthèse met en regard l'analyse des besoins et les technologies disponibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C1) Qualité de la veille stratégique <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie de veille est explicite et cohérente - Les outils utilisés sont spécifiés et adaptés - Les opportunités stratégiques sont identifiées et justifiées • Précision de l'analyse des besoins (C2) <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie d'identification des besoins est correcte - La démarche mise en œuvre en vue de collecter les informations utiles est présentée et logique - Les facteurs-clés de succès sont identifiés • (C3) <ul style="list-style-type: none"> - Les spécifications techniques sont établies - Le projet de cahier des charges est correctement structuré

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A3. Conduite des projets de digitalisation en méthodes agiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse du cahier des charges • Conduite de projet • Analyse des écarts • Actions correctives <p>A4. Management de l'innovation digitale et du changement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse stratégique • Elaboration de propositions innovantes • Elaboration d'un plan d'accompagnement du changement 	<p>C4. Planifier et piloter en méthode agile un projet digital au sein de son entreprise, en limitant les dérives de celui-ci par rapport aux intentions initiales, afin d'assurer sa réalisation en conformité avec le cahier des charges.</p> <p>C5. Identifier les opportunités d'innovation, en interaction avec les services opérationnels, afin de concevoir des projets marketing en accord avec la stratégie de l'entreprise.</p> <p>C6. Concevoir et conduire une communication efficace, afin d'accompagner le changement en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.</p>	<p>E2 – E4. <u>Mise en situation professionnelle durant le stage</u></p> <p>Le candidat à la certification suit la réalisation d'un projet de marketing digital.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au rapport de stage.</p> <p>E2 - E3. (C5, C6) <u>Étude de cas donnant lieu à une note de synthèse écrite remise au jury.</u></p> <p>Le candidat élargit sa réflexion et complète sa note de synthèse.</p> <p>Il propose et justifie des innovations adaptées à la stratégie de l'entreprise.</p> <p>Il dresse le schéma d'un plan d'accompagnement et de communication autour du plan marketing digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C4) : Maîtrise des méthodes agiles <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le projet digital est présenté avec précision</i> - <i>Les attendus du cahier des charges sont identifiés et compris</i> - <i>Les méthodes agiles sont connues et bien mises en œuvre</i> - <i>Le candidat a bien analysés les difficultés rencontrées</i> • (C5) : Qualité de la prospective stratégique <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les propositions innovantes sont justifiées</i> - <i>Les enjeux du projet de marketing digital étudié sont bien perçus et correctement décrits</i> • (C6) : Qualité de la prospective stratégique <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les principes de la conduite du changement sont connus et bien utilisés dans la proposition écrite</i> - <i>Le plan d'accompagnement proposé est logique et structuré</i> - <i>Les propositions en matière de communication sont cohérentes et bien argumentées.</i>

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 2 : Conception des outils du marketing digital et de l'e-business	<i>Contexte : Une campagne de marketing digital s'appuie sur la mise en œuvre des outils d'interaction avec les clients (sites web et applications), dont la conception revient au manager du marketing digital.</i>	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A1. Création d'un site web (information ou site marchand) <ul style="list-style-type: none"> • Définitions des règles typographiques et des effets graphiques • Supervision du développement informatique • Vérification fonctionnelle 	<p>C7. Définir les règles concernant les polices de caractère et les images, en vue de mettre les contenus texte en valeur par des éléments de typographie.</p> <p>C8. Contrôler la programmation des effets graphiques, en utilisant les fonctions de mise en forme et les feuilles de style, afin d'optimiser l'animation des pages du site.</p> <p>C9. Superviser le développement d'un site web, en interaction avec les équipes informatiques et en méthodes agiles, afin de s'assurer de la conformité des fonctionnalités aux attentes de l'entreprise ou du client.</p>	<p>E4 – E5. (C7 à C9) <u>Mise en situation professionnelle à l'occasion du stage</u></p> <p>Le candidat à la certification suit et contrôle la réalisation d'un site web marchand.</p> <p>Il analyse le produit final en présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise des principes du développement web (C7) <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse du cahier des charges par le candidat démontre sa compréhension des règles du développement web (C8) - Le candidat est capable de préciser aux développeurs les attentes en termes graphiques et typographiques • (C9) Professionnalisme du suivi de projet <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie de suivi du projet de développement est cohérente - La référence aux méthodes agiles est pertinente - La présentation du site au jury est complète et son analyse est bien argumentée - Les réponses aux questions et objections du jury sont claires et pertinentes

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2. Mise en œuvre du design d'expérience utilisateur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constitution et conduite de panel d'utilisateurs • Identification des solutions possibles • Conception et rédaction de <i>users stories</i> <p>A3. Conception d'une application mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rédaction du cahier des charges • Définition des caractéristiques d'interface 	<p>C10. Utiliser les méthodes du design thinking auprès d'un panel de personnes concernées, afin de générer des solutions adaptées au problème marketing identifié.</p> <p>C11. Concevoir et décrire les différents scénarios en vue d'interagir avec les utilisateurs pour obtenir un prototype optimal par itérations successives.</p> <p>C12. Analyser chacune des attentes sous l'angle fonctionnel, en vue de compléter le cahier des charges.</p> <p>C13. Définir les caractéristiques de l'interface utilisateur, afin d'adapter aux attentes l'univers graphique et l'ergonomie de l'application.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C10 à C13) <u>Mise en situation professionnelle à l'occasion du stage</u></p> <p>Le candidat à la certification suit de bout en bout la conception d'une application de marketing digital.</p> <p>Rapport écrit remis au jury et présentation orale à celui-ci.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise du design thinking (C10) <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les méthodes du design thinking sont connues et bien mises en œuvre</i> - <i>La constitution du panel est cohérente</i> - <i>La conduite de réunion est efficace</i> (C11) <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les différents scénarios possibles sont présentés et réalistes</i> - <i>Le lien avec la stratégie de l'entreprise est établi</i> • Qualité de la conception (C12) <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le cahier des charges est complet et justifié</i> - <i>L'analyse fonctionnelle est correctement menée et bien présentée</i> (C13) <ul style="list-style-type: none"> - <i>L'interface utilisateurs est ergonomique</i> - <i>La présentation orale est claire et structurée.</i> - <i>Les réponses aux questions du jury sont bien argumentées.</i>

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 3 : Conception et pilotage d'une campagne de marketing digital	<i>Contexte : Le manager du marketing digital conçoit les campagnes de marketing digital en accord avec la stratégie de son entreprise (ou de son client). Il met en œuvre des stratégies de croissance rapide et analyse la performance des campagnes qu'il conduit.</i>	E1 : Questionnaire E2 : Travaux écrits E3 : Etude de cas E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A1. Définition et priorisation des objectifs <ul style="list-style-type: none"> • Analyse de données • Analyse statistique • Définition des objectifs • Etablissement des priorités 	<p>C14. Identifier les données-clients importantes au regard de la stratégie de son entreprise, en vue de procéder à l'analyse statistique du marché.</p> <p>C15. Présenter les résultats de l'analyse en comité de direction, en vue de justifier les axes stratégiques et les objectifs d'une campagne de marketing digital.</p>	<p>E2 – E3 – E5. (C14 à C17) <u>Etude de cas en équipe donnant lieu à rapport écrit et à sa présentation orale au jury</u></p> <p>Un groupe de 3 ou 4 candidats à la certification constitue le dossier préparatoire d'une campagne de marketing digital</p> <p>Le dossier comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse des données clients - La proposition stratégique - Les objectifs de campagne - La définition et le dimensionnement des cibles - Le projet d'allocation des moyens de campagne <p>Le dossier écrit est remis au jury et fait l'objet d'une soutenance orale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C14) Maîtrise de l'analyse stratégique <ul style="list-style-type: none"> - Les données-clients prises en compte sont complètes et justifiées - La méthodologie d'analyse est explicite et cohérente - L'analyse statistique du marché est correcte - Le document écrit est complet et bien rédigé • (C15) Qualité et pertinence de la présentation en comité de direction <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs sont définis et classés par importance stratégique et ordre de priorité - Les axes stratégiques sont correctement justifiés - La présentation orale est concise et structurée

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2. Définition du périmètre et des cibles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition et dimensionnement des cibles • Allocation des moyens 	<p>C16. Segmenter le marché en différentes cibles qualitatives, en s'appuyant sur l'analyse des données collectées, afin de préparer une campagne de marketing digital.</p> <p>C17. Dimensionner les cibles de la campagne au regard des résultats attendus, en vue de prévoir une allocation raisonnée des moyens disponibles.</p>	<p>E2 – E3 – E5. (C14 à C17) <u>Etude de cas en équipe donnant lieu à rapport écrit et à sa présentation orale au jury</u></p> <p>Un groupe de 3 ou 4 candidats à la certification constitue le dossier préparatoire d'une campagne de marketing digital</p> <p>Le dossier comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse des données clients - La proposition stratégique - Les objectifs de campagne - La définition et le dimensionnement des cibles - Le projet d'allocation des moyens de campagne <p>Le dossier écrit est remis au jury et fait l'objet d'une soutenance orale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C16) Précision dans la définition des cibles <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie de segmentation est logique - La segmentation du marché correspond à l'analyse des données et aux orientations stratégiques - Les cibles sont définies • (C17) Cohérence de l'allocation de moyens <ul style="list-style-type: none"> - Les cibles sont correctement dimensionnées et les justifications avancées par le candidat sont cohérentes - Les moyens alloués sont en accord avec les objectifs sur chaque segment de la cible - La présentation orale est structurée - Les réponses aux questions du jury sont bien argumentées

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A3. Construction du budget prévisionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration du budget • Contrôle budgétaire <p>A4. Mise en œuvre des stratégies de croissance rapide (<i>growth hacking</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place des outils numériques • Collecte de données • Growth hacking 	<p>C18. Construire le budget du projet en prenant en compte l'ensemble des aspects humains, techniques et financiers, afin d'assurer une bonne maîtrise des coûts.</p> <p>C19. Concevoir et mettre en œuvre des outils de contrôle budgétaire adaptés à la gestion d'un projet de marketing digital, en vue de leur intégration au système de contrôle de gestion de l'entreprise.</p> <p>C20. Utiliser les données collectées auprès des clients grâce aux outils numériques interactifs pour élargir les cibles d'une campagne de marketing digital et augmenter son chiffre d'affaires (<i>Growth hacking*</i>).</p>	<p>E2 – E4. (C18 à C20) <u>Mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u></p> <p>Le candidat prend part à la préparation et à la conduite d'une campagne de marketing digital.</p> <p>Il construit et suit le budget.</p> <p>Il identifie et met en œuvre des méthodes de business développement</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au rapport de stage.</p> <p>E1. (C18, C19) <u>Questionnaire permettant de vérifier que le(la) candidat(e) maîtrise les règles de contrôle budgétaire</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise du contrôle budgétaire (C18) <ul style="list-style-type: none"> - <i>La méthodologie de construction du budget est adaptée au projet de campagne de marketing digital</i> - <i>La totalité des moyens humains et techniques est prise en compte (C19)</i> - <i>La structure budgétaire correspond aux directives du contrôle de gestion interne</i> • (C20) Compréhension des techniques du business développement <ul style="list-style-type: none"> - <i>La remontée des données clients est organisée</i> - <i>Les outils numériques utilisés sont efficaces</i> - <i>Le candidat connaît les principes du growth hacking et les met en œuvre avec pertinence</i> - <i>Le candidat justifie son action par l'analyse des résultats</i> • 70% de bonnes réponses au questionnaire.

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A5. Analyse de la performance d'une campagne de marketing digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choix des indicateurs • Analyse organisationnelle • Analyse de rentabilité 	<p>C21. Définir des indicateurs de performance mesurables dans le but de mettre en évidence l'impact du projet marketing sur la position concurrentielle de l'entreprise grâce à la transformation de ses modes d'action sur le marché.</p> <p>C22. Analyser la rentabilité d'une campagne de marketing digital en prenant en compte l'ensemble des données de l'investissement et les résultats obtenus en termes de conquête et de fidélisation de nouveaux clients.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C21, C22) <u>Mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u></p> <p>Le candidat à la certification analyse les résultats d'une campagne de marketing digital et les présente au jury (écrit et oral).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité et niveau de profondeur de l'analyse de performance (C21) <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les indicateurs de performance choisis sont logiquement justifiés</i> - <i>L'impact de la campagne sur la position concurrentielle de l'entreprise est analysé</i> - <i>La transformation des processus par le digital est analysée</i> (C22) <ul style="list-style-type: none"> - <i>L'analyse de rentabilité est rigoureuse</i> - <i>Les aspects de développement et de fidélisation de la clientèle sont mis en évidence.</i>

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 4 : Management de la relation-clients	<i>Contexte : Le manager du marketing digital assure la visibilité en ligne des campagnes qu'il conduit et de la marque entreprise. Il veille à la mise à jour des contenus et met en place les processus systématiques du management de la relation-clients.</i>	E1 : Questionnaire E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A1. Référencement des sites et applications sur les moteurs de recherche <ul style="list-style-type: none"> • Référencement sur les moteurs de recherche • Publicité en ligne 	<p>C23. Utiliser les techniques du référencement sur les moteurs de recherche (SEO) pour améliorer la visibilité du site web de l'entreprise en lui faisant gagner des places dans l'ordre des entrées.</p> <p>C24. Mettre en place des liens commerciaux ou publicitaires sur les principaux moteurs de recherche (SEA), en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.</p> <p>C25. Synthétiser les stratégies SEO et SEA dans un plan global de marketing sur les moteurs de recherche (SEM), en cohérence avec les attentes du client et sa stratégie, afin d'assurer la complémentarité des différentes actions de référencement.</p>	<p>E1. (C23 à C25) <u>Questionnaire permettant de vérifier que le(la) candidat(e) maîtrise les concept de SEO, SEA et SEM.</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • 70% de bonnes réponses au questionnaire.

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2. Gestion de la marque et des contenus sur les réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conception de contenus • Mise en ligne • Veille réglementaire <p>A3. Conception et gestion d'une campagne d'emails</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conception de contenus • Rédaction <p>A4. Conception et mise en œuvre d'un CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paramétrage d'un outil CRM • Interaction avec les clients • Collecte et mise en ordre des informations clients • Réponse aux attentes clients • Fidélisation 	<p>C26. Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, en conformité avec la législation en vigueur, en vue d'affiner l'e-réputation de sa marque et la visibilité des sites web et applications en ligne.</p> <p>C27. Définir une politique de contenus adaptée aux campagnes par emails, afin d'assurer la cohérence des messages adressés aux utilisateurs.</p> <p>C28. Organiser le management de la relation-clients, à l'aide des outils interactifs adaptés, afin de pérenniser la collecte de données utiles et de fidéliser les différents segments de la cible.</p> <p>C29. Paramétrer un outil CRM et intégrer celui-ci au management de la relation-clients, afin de systématiser la collecte de données en temps réel.</p>	<p>E2 – E4. (C26) <u>Mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u> Le candidat prend part à la conception d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au rapport de stage.</p> <p>E2 – E4. (C27) <u>Mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u> Le candidat conçoit et met en œuvre une campagne d'emails.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au rapport de stage.</p> <p>E2 – E4. (C28, C29) <u>Mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u> Le candidat paramètre un CRM et organise le suivi de la relation-clients.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au rapport de stage.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C26) Maîtrise de la communication sur les réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le choix des communautés à traiter correspond à la stratégie marketing</i> - <i>Les modes de communication sur les réseaux sociaux sont adaptés</i> - <i>La législation est connue et respectée</i> • (C27) Qualité des contenus <ul style="list-style-type: none"> - <i>La cible de la campagne d'emails est définie</i> - <i>Les contenus texte sont clairs</i> - <i>Les contenus correspondent à la stratégie et à la cible</i> - <i>Les résultats de la campagne sont analysés</i> • Efficacité du paramétrage CRM (C28) <ul style="list-style-type: none"> - <i>La méthodologie de management de la relation-client est explicite et cohérente</i> - <i>Les données utiles sont identifiées et analysées</i> • (C29) <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le choix du logiciel est pertinent</i> - <i>Le paramétrage du logiciel est correct</i>

Manager du marketing digital – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

BLOCS DE COMPETENCES

Les compétences évaluées sont réparties en quatre blocs :

1. Manager un projet de marketing digital
2. Concevoir les outils du marketing digital et de l'e-business
3. Concevoir et piloter une campagne de marketing digital
4. Manager la relation-clients et les communautés ciblées

La validation des quatre blocs de compétences est obligatoire pour l'obtention du titre.

La validation partielle d'un bloc n'est pas possible. La validation partielle de la certification est constituée des blocs dont la totalité des compétences à évaluer est reconnue.