

Titre d'Expert(e) en stratégie du marketing digital - REFERENTIEL

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>1. Analyse de données</p> <p>1.1. Collecte des données pertinentes</p> <p>1.2. Analyse statistiques</p> <p>1.3. Visualisation des résultats</p>	<p>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>Segmenter le marché en différentes cibles qualitatives, en s'appuyant sur l'analyse des données collectées, afin de préparer une campagne marketing.</p> <p>Présenter les résultats des analyses en comité de direction, en vue de justifier les axes stratégiques de la campagne.</p>	<p>Evaluation sur exercices d'analyse de données.</p> <p>Le(la) postulant(e) choisit les catégories de données à analyser en fonction des objectifs annoncés et produit les analyses de marché conséquentes.</p> <p>Rendu écrit individuel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du choix des catégories • Qualité des justifications au regard de la stratégie • Cohérence de la segmentation du marché • Précision dans la qualification des cibles • Clarté de la présentation visuelle • Adéquation aux résultats

Titre d'Expert(e) en stratégie du marketing digital - REFERENTIEL

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>2. Conception d'une campagne de marketing digital</p> <p>2.1. Définition des objectifs</p> <p>2.2. Définition des cibles</p>	<p>Préciser les objectifs de la campagne au regard de chacun des segments de la cible, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, afin de déterminer les résultats à atteindre.</p> <p>Dimensionner les cibles de la campagne au regard des résultats attendus, afin d'optimiser sa rentabilité.</p> <p>Caractériser chacun des segments de la cible en fonction de son importance stratégique, en vue de préparer une allocation raisonnée des moyens disponibles.</p>	<p>Evaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant.</p> <p>Le(la)postulant(e) se voit confier un projet réel de consulting pour le compte d'une entreprise.</p> <p>La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury.</p> <p>L'évaluation est individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Précision des objectifs de la campagne • Qualité des justifications sur chaque segment de la cible • Précision du dimensionnement • Qualité de l'étude de rentabilité • Cohérence dans la hiérarchisation des cibles • Pertinence stratégique

Titre d'Expert(e) en stratégie du marketing digital - REFERENTIEL

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
2.3. Recensement des moyens nécessaires	Identifier l'ensemble des moyens humains, techniques et financiers nécessaires à la réalisation de la campagne marketing, en vue d'élaborer les budgets de celle-ci.	(suite) Evaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant.	<ul style="list-style-type: none"> • Exhaustivité du recensement des moyens • Cohérence des moyens avec la stratégie
2.4. Elaboration des budgets	<p>Etablir un budget pour chacun des segments de la cible, en cohérence avec leur importance stratégique et les résultats attendus, en vue de communiquer les éléments pertinents au service du contrôle de gestion.</p> <p>Etablir un premier budget de développement des outils et applications qui seront utilisés pour la campagne, afin d'en préparer la réalisation technique.</p>	<p>Le(la)postulant(e) se voit confier un projet réel de consulting pour le compte d'une entreprise.</p> <p>La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury.</p> <p>L'évaluation est individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Précision des budgets • Qualité des justifications • Cohérence stratégique • Précision et qualité des budgets techniques • Clarté de l'écrit • Qualité de la présentation orale en anglais devant le jury

Titre d'Expert(e) en stratégie du marketing digital - REFERENTIEL

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>3. Mise au point des outils et processus du marketing digital</p> <p>3.1. Conception des sites et applications</p> <p>3.2. Stratégie sur les media sociaux</p> <p>3.3. Conception du CRM (Management de la relation-client)</p>	<p>Concevoir un site web ou une application en ligne adaptée aux objectifs, dans le cadre d'un budget primitif, afin d'assurer la mise en œuvre technique d'une campagne de marketing digital.</p> <p>Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux conforme au droit, en vue d'affiner le référencement des applications en ligne.</p> <p>Définir une stratégie de management de la relation-clients en vue de pérenniser la collecte de données utiles et de fidéliser les différents segments de la cible.</p>	<p>Evaluation sur exercices pratiques permettant de s'assurer que le(la) postulant(e) maîtrise les principaux concepts du web, des réseaux sociaux et du CRM.</p> <p>Rendus écrits individuels.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise des principes de la communication sur le web • Précision des références juridiques • Connaissance des réseaux sociaux • Maîtrise des principes du référencement • Cohérence stratégique • Maîtrise des principaux concepts du management de la relation-clients • Cohérence de la stratégie proposée

Titre d'Expert(e) en stratégie du marketing digital - REFERENTIEL

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>4. Pilotage d'une campagne de marketing digital</p> <p>4.1. Définition des indicateurs</p> <p>4.2. Elaboration des tableaux de bord</p> <p>4.3. Coordination des équipes</p>	<p>Identifier les bons indicateurs du déroulement d'une campagne de marketing digital, en vue d'établir des tableaux de bord de suivi.</p> <p>Etablir des tableaux de bord efficaces à l'intention des personnels impliqués dans la campagne de marketing digital, afin d'identifier rapidement toutes dérives par rapport aux résultats escomptés.</p> <p>Répartir les tâches et les responsabilités en cohérence avec les objectifs, afin d'assurer la meilleure coordination entre les responsables commerciaux et les développeurs.</p>	<p>(Reprise du projet consultant)</p> <p>Evaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant.</p> <p>Le(la)postulant(e) se voit confier un projet réel de consulting pour le compte d'une entreprise.</p> <p>La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury.</p> <p>L'évaluation est individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence des indicateurs retenus • Cohérence avec la stratégie digitale • Clarté des tableaux de bord • Cohérence stratégique • Cohérence de la répartition des tâches • Rationalité du dispositif de coordination • Clarté de l'écrit • Qualité de la présentation orale en anglais devant le jury

Titre d'Expert(e) en stratégie du marketing digital - REFERENTIEL

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>5. Analyse des résultats d'une campagne de marketing digital</p> <p>5.1. Analyse des écarts</p> <p>5.2. Réflexion sur la stratégie</p> <p>5.3. Préparation des campagnes suivantes</p>	<p>Identifier et analyser les écarts entre les objectifs et les résultats obtenus, en vue d'apporter les corrections nécessaires aux outils utilisés ainsi qu'à la stratégie digitale mise en œuvre.</p> <p>Proposer des ajustements de la stratégie digitale en comité de direction, au vu de l'analyse des résultats de la campagne, afin d'établir le lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise.</p> <p>Tirer des enseignements efficaces de l'analyse des résultats en vue d'affiner les outils et processus à mettre en œuvre pour les prochaines campagnes.</p>	<p>(Bilan du projet consultant – résultats de la campagne)</p> <p>Évaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant.</p> <p>Le(la)postulant(e) se voit confier un projet réel de consulting pour le compte d'une entreprise.</p> <p>La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury.</p> <p>L'évaluation est individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Précision de l'analyse des écarts • Pertinence des propositions d'amélioration • Qualité de la réflexion stratégique et des propositions pour les prochaines campagnes • Clarté de l'écrit • Qualité de la présentation orale en anglais devant le jury

BLOCS DE COMPETENCES

La certification est composée de cinq blocs de compétences :

1. Préparer une campagne de marketing digital (analyse de données).
2. Concevoir une campagne de marketing digital.
3. Mettre au point les outils et processus du marketing digital.
4. Piloter une campagne de marketing digital.
5. Analyser les résultats d'une campagne de marketing digital.

La validation des cinq 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.