

Pratiquer le marketing digital

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

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

Transverse : ■ **Tous secteurs d'activité**

Code(s) NAF : **73.11Z**

Code(s) NSF : **415z**, **320**

Code(s) ROME : **M1705**, **E1103**, **E1104**

Formacode : **34093**

Date de création de la certification : **01/09/2015**

Mots clés : **MARKETING**, **Marketing digital**, **E-MARKETING**, **WEBMARKETING**

Identification

Identifiant : **3501**

Version du : **27/03/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [Rapport au gouvernement : La transformation numérique de l'économie française - Novembre 2014](#)
- [Rapport : La Grande Ecole du Numérique, une utopie réaliste \(Portail de l'Economie, des finances, de l'action et des comptes publics - Septembre 2015\)](#)

Non formalisé :

- [Programme gouvernemental « Transition-numérique » \(lancé en 2012\)](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

L'objectif de la certification est d'aider les porteurs de projets à optimiser une stratégie commerciale en ligne.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Néant

Descriptif général des compétences constituant la certification

Le référentiel se compose de dix compétences-clés :

Analyser la transformation digitale du secteur d'activité visé et de sa chaîne de valeur

Définir un profil utilisateur/client, en cohérence avec les objectifs à atteindre

Justifier une stratégie de commerce en ligne sur la base d'une analyse du secteur concurrentiel

Public visé par la certification

Tous publics

Elaborer un plan media web en cohérence avec l'offre et le profil utilisateur/client
Choisir une architecture de site en accord avec la stratégie commerciale en ligne
Choisir les mots-clés en cohérence avec la stratégie commerciale et la communication en direction des utilisateurs, dans un cadre budgétaire maîtrisé
Vérifier le niveau de référencement de l'application ou du site sur les principaux navigateurs du marché
Concevoir des opérations marketing à partir de son site internet
Piloter et gérer la mise en ligne des campagnes en contrôlant la conformité de la diffusion des annonces
Utiliser des outils d'analyse de la performance commerciale adaptés au commerce en ligne, afin d'identifier les freins et les points d'amélioration en vue d'atteindre les objectifs

Modalités générales

Apports théoriques et acquisition des compétences par exercices pratiques en ligne (25 à 30 heures de formation en ligne)

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

L'objectif de la certification est d'aider les porteurs de projets à optimiser une stratégie commerciale en ligne en adoptant une attitude et des pratiques professionnelles. Ceux-ci disposent grâce à la certification des compétences qui permettent de trouver et de fidéliser ses clients. L'enquête annuelle réalisée par LiveMentor auprès des certifiés montre que la totalité d'entre eux a mis ses compétences en pratique dans des entreprises de secteurs variés, souvent en tant que consultants et/ou conseils.

Pour l'entité utilisatrice

L'utilité économique et sociale de cette certification tient à l'importance prise par le digital dans les stratégies marketing des entreprises. L'émergence et le développement rapide du métier de community manager en est la manifestation la plus évidente, mais la certification est intéressante pour l'efficacité professionnelle de nombreux autres collaborateurs au sein de l'entreprise, comme les chefs de produit ou les responsables de développement.

Evaluation / certification

Pré-requis

Pas de pré-requis.

Compétences évaluées

Evaluation de la totalité des dix compétences-clés :

Analyser la transformation digitale du secteur d'activité visé et de sa chaîne de valeur

Définir un profil utilisateur/client, en cohérence avec les objectifs à atteindre

Justifier une stratégie de commerce en ligne sur la base d'une analyse du secteur concurrentiel

Centre(s) de passage/certification

- En ligne à partir du centre Livementor de Paris (75002)

Elaborer un plan media web en cohérence avec l'offre et le profil utilisateur/client
Choisir une architecture de site en accord avec la stratégie commerciale en ligne
Choisir les mots-clés en cohérence avec la stratégie commerciale et la communication en direction des utilisateurs, dans un cadre budgétaire maîtrisé
Vérifier le niveau de référencement de l'application ou du site sur les principaux navigateurs du marché
Concevoir des opérations marketing à partir de son site internet
Piloter et gérer la mise en ligne des campagnes en contrôlant la conformité de la diffusion des annonces
Utiliser des outils d'analyse de la performance commerciale adaptés au commerce en ligne, afin d'identifier les freins et les points d'amélioration en vue d'atteindre les objectifs

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

N/A

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences

Plus d'informations

Statistiques

Environ 80 personnes sont formées annuellement, 70% d'entre elles sont certifiées.

Autres sources d'information

<https://www.livementor.com>