

 e-Learning |  1 290€ |  100h

LE MARKETING DIGITAL

Certificat officiel de compétences, Fiche n° 3425, enregistré à l'Inventaire de la Commission Nationale des Certifications Professionnelles par arrêté officiel en date du 26.03.2018
Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI) – Code CPF : 230073

PRÉ-REQUIS

Aucun

OBJECTIFS

Cette formation apporte les clés, leviers et tactiques nécessaires à la conception et à la mise en oeuvre d'une stratégie digitale permettant d'optimiser ses actions pour développer sa visibilité et son efficacité sur le web. Elle transmet les outils permettant de mesurer et analyser les indicateurs de performance pour ajuster les résultats et développer l'efficacité des actions marketing.

Elle est le moyen d'adapter le modèle organisationnel de l'entreprise aux évolutions digitales et ainsi développer leur performance et leur croissance sur les différents canaux de communication et de distribution.

Valeur ajoutée :

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leurs fonctions et leurs responsabilités.

Elle accompagne la transformation digitale des entreprises en assurant un déploiement efficace de la stratégie marketing digitale, intégrée à la stratégie de l'entreprise. Recherchée avec l'essor du digital, cette compétence contribue à accroître l'employabilité des individus.

Elle apporte une valeur ajoutée pour l'entreprise en lui permettant de développer sa notoriété et sa visibilité sur internet et ainsi accroître ses ventes.

PROGRAMME

La formation est dispensée en 3 modules pour une durée allant de 4 jours à 20 jours en fonction du niveau de l'apprenant et de ses objectifs.

La durée étant également fonction de l'environnement professionnel des candidats, des séminaires peuvent être programmés en inter ou intra entreprise.

Les modules peuvent être suivis en continu ou discontinu. La pédagogie privilégie les séquences participatives mobilisant l'interactivité, la prise d'initiative et l'esprit critique (*mises en situations professionnelles, étude de cas, auto-positionnement ...*). Les séminaires peuvent se réaliser en présentiel ou en distanciel selon la situation personnelle ou professionnelle (*géographique, mobilité, handicap, disponibilité ...*) du candidat.

Module 1 : Conception d'une stratégie de marketing digital performante

De 7 heures à 35 heures

Module 2 : Mise en oeuvre de la stratégie digitale

De 7 heures à 35 heures

Module 3 : Analyse de la performance de la stratégie digitale

De 7 heures à 35 heures

Module 4 : Développement et optimisation de la présence sur le web

De 7 heures à 35 heures

METIERS

Chief Data Officer
Data Analyst
Directeur(trice) Digital Marketing
Responsable de la Stratégie Mobile
Chargé(e) de Communication Web-Digitale
Digital Brand Manager

COMPÉTENCES

Conception d'une stratégie de marketing digital performante :

- Réaliser une étude de marché en utilisant les outils marketing pour déterminer le positionnement de l'entreprise sur le marché face à la concurrence et dégager les opportunités à saisir.

Mise en oeuvre de la stratégie digitale :

- Sélectionner les médias sociaux en adéquation avec la stratégie marketing pour gérer l'image de marque et promouvoir les produits.

Analyse de la performance de la stratégie digitale :

- Suivre les différents indicateurs de performance du plan d'action de marketing digital pour vérifier les écarts entre les résultats attendus et ceux obtenus.

Développement et optimisation de la présence sur le web :

- Mettre en place et optimiser le référencement du site internet sur les moteurs de recherche pour accroître la visibilité sur internet.