

LearningShelter

10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS,

N° SIRET 752 946 863 00046

Déclaré en qualité d'organisme de formation sous le n° 11 75 55048 75 auprès de la préfecture d'Ile-de-France.

Entreprendre et développer sa clientèle grâce au marketing digital

Les créateurs et les dirigeants d'entreprise ont toujours en tête le développement de leur structure. La certification proposée souhaite leur permettre de développer des compétences-clés en matière de stratégie d'adaptation de l'offre à la demande et de présentation de celle-ci dans un but d'acquisition de prospects et de vente.

Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
Compétences	Modalités	Critères
Compétence 1 : Déterminer une cible marketing de manière précise grâce à des techniques et méthodologies basées sur les "cartes empathiques, persona, recherches et enquêtes" afin de mieux comprendre sa cible marketing, son univers concurrentiel, adapter l'offre de produits ou services proposés par l'entreprise et sa communication à cette cible.	Entretien avec un jury sur les méthodologies marketing employées. <i>La mise en œuvre de ces méthodologies est analysée à partir de preuves de travail effectuées lors de cas réels et/ou reconstituées de développement d'en ou treprises.</i>	<ul style="list-style-type: none">- L'apprenant a défini sa cible,- L'apprenant montre qu'il a utilisé des techniques et méthodes d'analyse du besoin en fonction de ses ressources (financière, en terme de temps, ou de clients déjà acquis),- L'apprenant montre qu'il a proposé une offre de produit et service en corrélation avec son analyse de besoin,- L'apprenant montre qu'il a réalisé une campagne adaptée aux attentes, besoins, inhibitions et intérêts de la cible.

LearningShelter

10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS,

N° SIRET **752 946 863 00046**

Déclaré en qualité d'organisme de formation sous le n° **11 75 55048 75** auprès de la préfecture d'Ile-de-France.

<p>Compétence 2 : Définir et utiliser un mode de rédaction et un type de contenu adapté à la cible afin de s'adresser à elle, en analysant au préalable son vocabulaire et ses verbatims, en s'appuyant sur des techniques de rédaction inclusives et favorisant l'identification.</p>	<p>Entretien avec un jury sur les méthodes rédactionnelles de préparation à l'acquisition et à l'échange.</p> <p>La mise en œuvre des méthodes s'appuie sur la présentation d'un travail déjà effectué dans un cadre professionnel réel ou reconstitué.</p>	<ul style="list-style-type: none">- L'apprenant montre un support de communication où il interagit avec un client potentiel. Il est possible de voir que le créateur d'entreprise s'adapte au vocabulaire de ses utilisateurs.- L'apprenant démontre l'utilisation de techniques de rédaction inclusives et favorisant l'identification
<p>Compétence 3 : Définir des stratégies de moyens appropriés telle l'acquisition organique via les réseaux sociaux, le référencement naturel ou la mise en œuvre de campagnes publicitaires digitales en initiant des routines marketing, pouvant évoluer dans le temps et dans un but d'adaptation au marché, pour entrer en contact avec sa cible.</p>	<p>Entretien avec un jury sur les techniques d'apprentissages découlant de son expérience et des différentes expérimentations menées.</p> <p>La mise en œuvre des techniques est la résultante d'un travail déjà effectué dans un cadre professionnel réel ou reconstitué.</p>	<ul style="list-style-type: none">- L'apprenant liste les différents canaux marketing sélectionnés et pressentis pour son développement- L'apprenant démontre l'intérêt de sa cible pour les canaux présentés- L'apprenant témoigne d'expérimentations effectuées et présente les résultats associés- L'apprenant adapte sa stratégie marketing en fonction des apprentissages quotidiens afin de maximiser l'acquisition.
<p>Compétence 4 : Analyser la concurrence en s'appuyant sur les enquêtes de la cible, les outils de référencement naturel, l'exploration des prises de paroles sur les réseaux sociaux et des avis clients afin de proposer des solutions marketing innovantes permettant de mieux présenter</p>	<p>Entretien avec un jury sur les stratégies marketing digital employées par la concurrence.</p> <p>La mise en œuvre de ces stratégies découle d'observations réalisées dans une posture professionnelle.</p>	<ul style="list-style-type: none">- L'apprenant dresse un panorama de sa concurrence- L'apprenant démontre les forces et faiblesses des stratégies marketing employées par la concurrence,- L'apprenant démontre comment il fait évoluer ses techniques dans la présentation de son produit ou de son

LearningShelter

10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS,

N° SIRET 752 946 863 00046

*Déclaré en qualité d'organisme de formation sous le n° **11 75 55048 75** auprès de la préfecture d'Ile-de-France.*

<p>son produit ou service dans les différentes phases de sa vie (de la conception à la distribution) et à des groupes de clients variés, aux attentes différentes dans le but d'étendre ses parts de marché et développer son activité entrepreneuriale.</p>		<p>service au cours des différentes phases de sa vie à partir d'une analyse des pratiques du marché.</p> <ul style="list-style-type: none">- L'apprenant démontre comment il a étendu ses parts de marché et ainsi développé son activité en analysant les pratiques de marché et des acteurs qui le composent (concurrents).
--	--	---