

<b>Intitulé de la certification</b>		
<b>Concevoir et Déployer une Stratégie d'Acquisition Client Digitale en Startup et PME</b>		
<b>Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif visant la certification est initié :</b>		
<p>Le principal enjeu d'une startup et PME est le développement du chiffre d'affaires de son entreprise afin d'accélérer sa croissance.</p> <p>La présence digitale est devenue indispensable en 2023, la certification "Concevoir et Déployer une Stratégie d'Acquisition Client Digitale en Startup et PME" s'adresse aux professionnels du marketing qui ont déjà une première expérience dans ce domaine et qui cherchent à approfondir leurs compétences en matière d'acquisition clients dans le contexte spécifique des startups et PME .</p> <p>Cette certification leur permet de développer leurs compétences, en ciblage de marché, en conception de pages de vente efficaces, en l'établissement et l'application de stratégies d'acquisition clients appropriées, en définition d'indicateurs de performance pertinents, et en l'établissement d'un processus d'action pour évaluer les actions prioritaires. Le principe est de rendre les professionnels autonomes dans leur mission, de développer rapidement leur activités et leur visibilité.</p>		
Référentiel de compétences	Référentiel de certification	
	Modalité(s)	Critères
C1. Définir avec précision les segments de marché pertinents en utilisant des techniques et des outils tels que l'Ideal Customer Profil, le Persona et les enquêtes clients et l'analyse des données, pour comprendre les besoins, les comportements et les préférences des clients potentiels, afin d'adapter les offres de produits ou de services et de développer des stratégies de marketing et de communication efficaces qui répondent aux besoins de la cible.	Présentation orale devant un jury de professionnels. Le candidat devra présenter pour une Startup ou PME réelle ou fictive :  (possibilité d'utiliser un support visuel sous format powerpoint ou pdf, ou logiciel pour la page de vente)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat a défini sa cible en utilisant les techniques ICP/Personas en remplissant tous les champs (critères personnels, définition des besoins, les verbatimes, les leviers psychologiques) en utilisant le template mis à disposition.</li> <li>- Le candidat a mis en place une base de données client en utilisant son ICP/Persona avec les champs de personnalisation sur un fichier excel.</li> </ul>

<p>C2. Concevoir et développer des pages de vente efficaces en utilisant les outils de développement web, les principes de design, pour optimiser la conversion et l'engagement des visiteurs, en alignement avec les objectifs commerciaux et les besoins des utilisateurs.</p>	<p>- Le candidat devra présenter la définition de sa cible marketing. Pour ce faire, il devra présenter l'ensemble du processus qu'il a suivi pour définir sa cible, incluant l'identification de l'ICP (profil client idéal), la création de personas, (la réalisation d'enquêtes - non obligatoire) et la constitution d'une base de données. (5 minutes)</p> <p>- Le candidat devra présenter une page de vente efficace et convaincante, qui encourage</p>	<p>- Le candidat a construit une page de vente sur le logiciel de son choix respectant les critères d'attraction commercial permettant d'augmenter l'engagement de ses prospects (Présenter son offre, les bénéfices, les avantages, les témoignages et/ou presse et les CTA).</p>
<p>C3. Établir et appliquer des stratégies appropriées telle l'acquisition organique via les réseaux sociaux, le référencement naturel, la mise en œuvre de campagnes publicitaires digitales ou encore des campagnes de prospection multicanal pour entrer en contact avec sa cible.</p>	<p>l'engagement des prospects, qui respecte les critères de conversion, en utilisant des éléments tels que des titres accrocheurs, des descriptions claires et des appels à l'action pertinents. La page devra également prendre en compte les différents besoins des prospects et adapter son contenu en suivant la méthode d'écriture AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). (5 minutes)</p> <p>- Le candidat devra présenter une campagne d'acquisition digitale personnalisée sur le canal choisi. Le candidat devra démontrer sa capacité à créer une campagne d'acquisition efficace et adaptée aux besoins de l'entreprise, en se concentrant sur les besoins et les attentes de la cible marketing. Il devra présenter l'ensemble du processus de création de la campagne, en mettant l'accent sur les choix stratégiques, les messages clés, la segmentation de la cible et les canaux de diffusion. (5 minutes)</p>	<p>- Le candidat a réalisé une campagne d'acquisition adaptée aux attentes de sa cible, selon les critères de besoins et d'intérêts, sur le canal d'acquisition adapté à son audience et a justifié ses choix par le volume du marché cible et le positionnement de ses concurrents sur le canal choisi.</p>
<p>C4. Définir les indicateurs de performance pertinents et mettre en place les outils de mesure et d'analyse afin de suivre et de mesurer l'impact de chaque projet de croissance.</p>	<p>- Le candidat a défini les indicateurs de performance de sa campagne tels que le nombre de visites, le taux de conversion, le volume d'affaires généré, le nombre de rendez-vous généré, et le montant dépensé et à déployer un plan de tracking pour suivre ses indicateurs de performance.</p>	

C5. Établir un processus d'action à travers l'idéation, la priorisation, le test et l'analyse de test permettant d'évaluer les actions prioritaires dans le but d'optimiser le processus d'acquisition client

- Le candidat devra présenter un plan de suivi des actions d'acquisition digitale et les indicateurs de performances choisis. Le candidat devra également présenter la mise en œuvre du plan, son suivi à travers les KPIs utilisés et analyser les résultats de la campagne d'acquisition.

Le plan d'actions d'acquisition digitale devra être élaboré de manière méthodique et rigoureuse, en prenant en compte les objectifs de l'entreprise, les caractéristiques de la cible marketing et les contraintes du marché. Le candidat devra être clair, bien structuré et démontrer une connaissance des outils et techniques de mesure de la performance en marketing digital.

(5 minutes)

- Le candidat devra présenter un backlog d'expérimentation en utilisant les méthodes de benchmark de la concurrence et d'interviews utilisateurs, ainsi que le framework ICE et les modèles "Backlog d'expérimentation" mis à disposition, en prenant en compte les objectifs de l'entreprise, les caractéristiques de la cible marketing et les contraintes du marché. Le candidat devra ensuite présenter son modèle.

Le candidat devra démontrer sa capacité à analyser les résultats et à ajuster le backlog en fonction des retours de son analyse.

(5 minutes)

- Le candidat a listé des tests de croissance à mener, les a priorisées grâce à la méthode ICE (impact, confiance, facilité de mise en place) et a décrit le déploiement des expériences en formulant des hypothèses et les résultats attendus.