

Créer, optimiser et dynamiser la stratégie webmarketing et communication numérique d'une organisation

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

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

Transverse : ■ **Couvre l'ensemble des secteurs d'activité. Public ou privé.**

Code(s) NAF : **70.21Z**

Code(s) NSF : **320**, **312**

Code(s) ROME : **E1205**, **E1103**, **E1402**, **M1705**, **E1101**

Formacode : —

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

Mots clés : **communication**, **digital**, **marketing**, **stratégie**

Identification

Identifiant : **3831**

Version du : **23/10/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **N/A**

Non formalisé :

- [Une étude menée par l'IAB France « La transformation des métiers du Marketing & de la Communication » montre la dynamique d'évolution du marketing vers le webmarketing, l'évolution des métiers et elle étudie la maturité du marché.](#)
- [Une étude réalisée par la Commission Européenne en 2017 intitulée « Compétences numériques pour les emplois en Europe » alerte les Etats-membres sur la pénurie de compétences numériques en Europe, et sur la nécessité de déployer rapidement une stratégie pour promouvoir la formation dans le domaine du numérique.](#)
- [Une étude réalisée par le cabinet de conseil Roland Berger avec le soutien et la collaboration de Google France, « L'état des lieux numérique de la](#)

[France » montre que 42 % des entreprises françaises ont des difficultés à recruter des profils dotés de compétences numériques alors même que la moyenne européenne se situe à 38%.](#)

- [Le Conseil d'orientation pour l'emploi \(COE\) a établi son diagnostic et préconise certaines compétences numériques en adéquation avec les futurs besoins de l'emploi. Une pénurie croissante de compétences expertes dans les nouvelles technologies est évaluée à 80 000 emplois d'ici 2020 pour les seules technologies de l'information et de l'électronique.](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Cette certification a pour objectif l'acquisition et la maîtrise des fondamentaux du webmarketing. Cette certification atteste que le stagiaire est capable de définir et mettre en œuvre la stratégie marketing digital d'une organisation, rédiger des contenus adaptés pour le web, optimiser le référencement naturel, créer des campagnes de référencement payant sur Google AdWords, optimiser l'expérience utilisateur et la conversion sur un site web, déployer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux, et enfin mesurer la performance d'un site web via un outil d'analyse.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Non

Descriptif général des compétences constituant la certification

Optimiser la stratégie de marketing digital en cohérence avec les objectifs stratégiques d'une organisation.

Concevoir une stratégie éditoriale prenant en compte les spécificités des cibles et des supports de communication web sélectionnés.

Rédiger des contenus impactants répondant aux attentes du lectorat web de manière à optimiser le référencement naturel.

Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement naturel.

Evaluer les résultats d'une stratégie de référencement naturel d'un site par son positionnement sur les moteurs de recherche.

Public visé par la certification

- Salariés
- Demandeurs d'emploi

Déployer une campagne de référencement payant via Google Adwords respectant un budget préalablement établi qui permette la venue de trafic qualifié.

Paramétrer un outil d'analyse de fréquentation d'un site web pour évaluer son niveau de performance.

Traduire les données collectées par Google Analytics en rapport de synthèse et d'analyse du trafic afin d'optimiser les performances du site web.

Identifier les différents parcours de navigation des internautes selon des indicateurs préalablement définis (taux de visite, durée de navigation, engagement, achat...).

Augmenter le taux de transformation grâce à une meilleure expérience utilisateur.

Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux en adoptant les codes des canaux dédiés pour répondre aux objectifs du plan de marketing web.

Modalités générales

La formation se déroule sur 126 heures et est composée de 7 modules :

Module 1. Optimisation de la stratégie marketing digital d'une organisation (18 heures)

Module 2. Rédaction de contenu sur l'ensemble des supports web (18 heures)

Module 3. Optimisation du référencement naturel d'un site web sur les moteurs de recherche (18 heures)

Module 4. Création d'une campagne Google Adwords (18 heures)

Module 5. Mesure de la performance d'un site web via un outil d'analyse (18 heures)

Module 6. Analyse et optimisation de l'expérience utilisateur sur un site web (18 heures)

Module 7. Déploiement d'une stratégie de présence sur les réseaux sociaux (18 heures)

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

Le numérique est un domaine avec des enjeux forts en innovation et évolution. Il avance à une vitesse vertigineuse et la formation permet au stagiaire de maintenir et d'adapter ses compétences aux dernières tendances d'ordre technologique et marketing afin de répondre aux nouveaux besoins du marché du travail.

Cette formation permet au stagiaire d'acquérir et de maîtriser les techniques et outils nécessaires pour créer, mettre en œuvre et optimiser une stratégie de présence sur le web et ainsi contribuer au développement de l'entreprise.

Elle permet au stagiaire de comprendre les enjeux du webmarketing mais aussi de connaître la « boîte à outils » du webmarketeur afin de d'être directement opérationnel sur ses fonctions.

Pour l'entité utilisatrice

Tout d'abord, la certification répond à une véritable nécessité. En effet, avec la digitalisation croissante de l'économie, la montée en compétences des collaborateurs sur le numérique, et, plus largement, le recrutement de collaborateurs formés spécifiquement à ce domaine de compétences n'est plus une option pour les entreprises. C'est un réel besoin qui permet aux entreprises de s'adapter à l'évolution digitale, de tirer parti des nouvelles technologies, devenir plus compétitives (avantage concurrentiel certain), et développer leur chiffre d'affaires.

La formation en question correspond aux exigences professionnelles du marché : les stagiaires sont opérationnels directement, ce qui permet à l'entreprise de développer efficacement sa présence

La formation a été conçue et est animée par des professionnels et experts du webmarketing, elle permet donc au stagiaire de bénéficier de leurs retours d'expérience et de leurs conseils pour une mise en application immédiate sur un poste dans le webmarketing.

Le numérique impacte tous les secteurs d'activité : cette formation permet donc au stagiaire de développer des compétences transverses ré-exploitable dans l'ensemble des secteurs d'activités et mobilisables dans plusieurs métiers liés aux webmarketing.

Elle permet au stagiaire de certifier son niveau de connaissance et de compétence sur les sujets touchant le webmarketing, de valoriser ses acquis et d'optimiser son employabilité sur le marché du travail.

sur le web. Le bénéfice direct est d'attirer de nouveaux prospects et de fidéliser les clients, et ainsi augmenter son chiffre d'affaires.

Former ses collaborateurs au webmarketing ou recruter des candidats déjà opérationnels permet également à l'entreprise de rentabiliser les actions menées au niveau du marketing et de la communication digitale. En effet, les investissements déployés seront mieux rentabilisés, le retour sur investissement sera meilleur car la stratégie déployée et les actions menées le seront pas des professionnels certifiés.

Enfin, la certification garantit à l'entreprise la montée en compétences de ses salariés et favorise les processus de mobilité interne.

Evaluation / certification

Pré-requis

Aucun

Compétences évaluées

Optimiser la stratégie de marketing digital en cohérence avec les objectifs stratégiques d'une organisation.

Concevoir une stratégie éditoriale prenant en compte les spécificités des cibles et des supports de communication web sélectionnés.

Rédiger des contenus impactants répondant aux attentes du lectorat web de manière à optimiser le référencement naturel.

Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement naturel.

Evaluer les résultats d'une stratégie de référencement naturel d'un site par son positionnement sur les moteurs de recherche.

Déployer une campagne de référencement payant via Google Adwords respectant un budget préalablement établi qui permette la venue de trafic qualifié.

Paramétrer un outil d'analyse de fréquentation d'un site web pour évaluer son niveau de performance.

Traduire les données collectées par Google Analytics en rapport de synthèse et d'analyse du trafic afin d'optimiser les performances du site web.

Identifier les différents parcours de navigation des internautes selon des indicateurs préalablement définis (taux de visite, durée de navigation, engagement, achat...).

Augmenter le taux de transformation grâce à une meilleure expérience utilisateur.

Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux en adoptant les codes des canaux dédiés pour répondre aux objectifs du plan de marketing web.

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

Centre(s) de passage/certification

- Dans les locaux de VISIPLUS Academy

Absence de niveau

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences

Plus d'informations

Statistiques

Nombre de certifiés en 2015 : 17

Nombre de certifiés en 2016 : 95

Nombre de certifiés en 2017 : 86

Nombre de candidats en 2018 en cours de formation : 89

Autres sources d'information

<https://academy.visiplus.com/certification-strategie-webmarketing-et-communication-numerique.php>