

Responsable marketing digital et communication digitale

Diplôme Chef de projet marketing digital et communication - Niveau6
Bac+3

Salariés et demandeurs d'emploi

Formez-vous au marketing digital en développant vos compétences en marketing stratégique, marketing d'étude et marketing opérationnel. Découvrez les stratégies de communication digitale en vous spécialisant sur l'animation des communautés sur les réseaux sociaux, l'animation des sites web, les campagnes d'emailing.

Avec notre formation responsable marketing digital et communication digital vous deviendrez un expert incontournable des techniques et stratégies numériques.

Les objectifs

- Etudier le marché : concurrence, environnement, consommateurs...
 - Positionner l'offre de l'entreprise sur le marché
 - Définir des actions marketing et communication
 - Mettre en oeuvre des actions de communication digitale (réseaux sociaux, référencement, mailing)
-

Métiers visés

- ▶ Consultant en marketing
 - ▶ Chargé de marketing
 - ▶ Chef de projet marketing
-

Nous vous accompagnons vers la réussite



Chef de projet Mkg - Niveau 7



Tutorat

1 Tuteur expérimenté pour vous accompagner dans votre parcours de formation.



Durée

260 heures de formation dont 60 heures pour la préparation et le passage de la certification.



Projets professionnalisants

Apprenez les compétences clés de votre futur métier en validant des projets tirés de cas concrets d'entreprises.

Une formation flexible 100% en ligne



Démarrez votre nouvelle carrière en vous formant à votre rythme.



Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite.



Contenus de formation diversifiés et engageants (infographie, vidéos, audio).

Découvrez le programme

Bloc 1 : Conduite d'études marketing fondée sur une veille prospective et qualification des besoins de l'entité cliente

Qu'est-ce que le marketing ?

- Distinction entre les modèles BtoB et BtoC et introduction aux modèles CtoB et CtoC.

Accompagner la montée en compétences pour favoriser l'employabilité



- Compréhension des marchés amont et aval, et rôle des différents intervenants
- Identification des étapes d'achat
- Compréhension de la filière et de l'influence de la demande client sur toute la chaîne.

Outils d'analyse stratégique

- Maîtrise de la matrice PESTEL et identification des éléments du macro environnement.
- Utilisation de la matrice de Porter et identification des acteurs du micro environnement.
- Composition et utilisation de l'analyse SWOT.

Marketing inclusif et durable

- Importance de l'inclusivité et du marketing durable dans les stratégies de marque.
- Communication responsable et prise en compte des évolutions sociétales.

Veille de marché

- Compréhension du processus de veille, ses méthodes, et outils tels que le scraping de données, Google Alerts, et les agrégateurs de flux.
- Organisation de la veille et reconnaissance des différentes sources d'information.
- Identification des sources de data marketing et utilisation des panels d'études.
- Construction d'un plan de veille cohérent avec sa stratégie marketing.
- Benchmark concurrentiel

Les 4 P

- Le produit
- Stratégies de différenciation : attractivité et rentabilité.
- Utilisation des outils de communication offline et online.
- Stratégies de fixation des prix et types de distribution.

Le client et le positionnement

- Création de personas et compréhension du processus d'achat du client digitalisé.
- Techniques de segmentation et scoring.
- Méthodes de positionnement

Bloc 2 : Conception du plan marketing digital et/ou communication de l'entité cliente

Définir une ligne éditoriale.

Accompagner la montée en compétences pour favoriser l'employabilité



- Étudier les objectifs dans la communication.
- Étudier la valeur perçue et le modèle AIDA.
- Appliquer les méthodes AIDA, SONCAS, et CAP à des cas concrets.

Stratégie de Contenu et Communication

- Développer un marketing de contenu.
- Utiliser le storytelling et les techniques des marronniers.
- Préparer et présenter des briefs créatifs et agence.
- Comprendre l'influence de la marque sur les clients.
- Gérer des campagnes publicitaires offline et online.

Intégration des Réseaux Sociaux

- Structurer une approche pour les réseaux sociaux.
- Interagir avec les communautés sur les plateformes sociales.
- Gérer la portée organique et payante.
- Gérer efficacement un bad buzz et développer une stratégie de crise.

Gestion de Projet

- Apprendre à recueillir les besoins.
- Élaborer des échéanciers et maîtriser les délais.
- Ressourcer un planning et maîtriser les coûts du projet.
- Établir un budget et gérer les risques.
- Identifier et gérer les parties prenantes.
- Rédiger des plans de communication et déléguer efficacement.
- Organiser des réunions de lancement et suivre l'avancement du projet.
- Explorer l'évolution des méthodes agiles.
- Comprendre les principes et applications des méthodes agiles.

Techniques et Outils Créatifs

- S'initier à Canva et créer divers supports de communication visuelle.
- Concevoir des e-mailings et comprendre les réglementations associées (RGPD).

Bloc 3 : Pilotage de la mise en œuvre et évaluation des actions de marketing digital et de communication de l'entité cliente

Planification et Stratégie

- Construction d'un plan de communication et de promotion efficace.
- Rôle et utilité d'un plan d'action dans la communication.

Gestion Budgétaire et Mesure de Performance

- Définition de budget et gestion des postes de dépenses.

- Maîtrise des étapes de contrôle dans la communication : définition des indicateurs clés, comparaison prévisionnel/réel, ajustement stratégique.
- Compréhension et utilisation de KPI (Key Performance Indicators) et ROI (Return on Investment).
- Google Analytics pour le suivi et l'analyse du trafic web

Publicité et Acquisition

- Principes du SEO (Search Engine Optimization) et différenciation avec SEA (Search Engine Advertising).

Notre offre de parcours

Standard



3 300,50 €

- 200 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)

Certifiant



3 790,50 €

- 260 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)
- Titre préparé : Chef de projet marketing digital et communication - RNCP36877 - niveau 6

- 3 heures de tutorat synchrone et individuel
- Des projets professionnalisants
- Passage de la certification

Premium



4 190,50 €

- 263 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)
- Titre préparé : Chef de projet marketing digital et communication - RNCP36877 - niveau 6
- 3 heures de tutorat synchrone et individuel
- Des projets professionnalisants
- 6 sessions de 30 min de tutorat synchrone et individuel
- Passage de la certification

Informations complémentaires

Suivi et évaluation

- L'assiduité de la formation est réalisée via les évaluations qui jalonnent la formation.
- La formation est évaluée en fin de formation via des études de cas.
- La formation est sanctionnée par la délivrance d'une attestation de suivi de formation.

Public et pré-requis

- Public : tout public
- Prérequis :
 - Pour accéder à la formation : maîtrise de l'utilisation d'Internet (télécharger des documents sur votre disque dur, regarder des vidéos, consulter vos mails), disposer d'un ordinateur ou d'une tablette avec audio, utilisation courante de Word et Excel, rédaction de contenus argumentés pour des cas pratiques.

- Pour accéder à la certification : disposer d'un post-bac +2, ou disposer du bac en justifiant, en sus, d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans les domaines du marketing, de la vente ou de la communication. Pour ce faire, un dossier de candidature devra être présenté au service des inscriptions.

Travaux à réaliser

- Dans le cadre de la formation Responsable Marketing Digital et Communication Digitale à distance de 260 heures, vous devez réaliser des études de cas et QCM.
- Dans le cadre de la certification, vous devez réaliser 6 études de cas écrites dont 4 avec soutenance orale devant un jury portant sur ces études de cas.

Référent handicap

Audrey Pinsault

02 85 29 59 00

Formation accessible par ordinateur ce qui permet de zoomer sur les contenus pour les malvoyants. Possibilité de mettre à disposition le contenu de formation auprès d'un traducteur pour les malentendants.

Assistance pédagogique

- **Responsable pédagogique :**

Audrey Pinsault

- Support réactif et efficace
- Si vous rencontrez un problème urgent nous ferons notre possible pour vous répondre dans les 48h.
- Nous sommes disponibles du lundi au vendredi de 9h à 17h.
- Un tuteur disponible pour répondre à vos demandes ainsi qu'une assistance technique
- Une messagerie (contact@youwebformation.com)
- Une hotline (0285295900)

Certification

Cette formation vise le titre de **Chef de projet marketing digital et communication**, de MediaSchool, de **niveau 6**, codes NSF 312/320, enregistrée au **RNCP** sous le numéro [36877](#) par décision de France Compétences en date du 29/09/2022.

Code certif Info : 113999

Code RNCP : [36877](#)

Votre formateur

MARIE-NOËL PILLAERT

Responsable Marketing et Communication de You Web

Forte de plus de 20 ans d'expérience professionnelle en marketing et communication, aussi bien dans le domaine print que digital, je vous accompagne tout au long de votre parcours.