

Élaborer un plan d'actions marketing opérationnel omnicanal

Certification Chargé de marketing et communication sur le bloc 2

Salariés et demandeurs d'emploi

Élaborer un plan d'actions marketing opérationnel omnicanal consiste à développer une stratégie intégrée qui utilise plusieurs canaux de communication et de vente pour offrir une expérience cohérente et fluide aux clients. L'objectif est d'optimiser l'engagement client, d'augmenter la notoriété de la marque et de maximiser les ventes tout en garantissant une expérience client homogène, quel que soit le point de contact.

Les objectifs

- **Construire le plan d'action**
 - **Gérer le projet (ressources, phasage, cahier des charges...)**
 - **Définir les objectifs SMART**
-

Métiers visés

-  Chargé de marketing / communication
 -  Chef de projet marketing / communication
 -  Responsable marketing /communication
 -  Assistant marketing / communication
 -  Community manager
 -  Junior marketing manager
-

Nous vous accompagnons vers la réussite



Chargé de Marketing & Communication - Niveau 6

Certification sur le bloc 2 du titre Chargé de marketing et communication

En savoir plus sur le titre [RNCP 37786](#)



Tutorat

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



Durée

76h de formation dont 40 heures pour la préparation et le passage du diplôme



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

Définir une ligne éditoriale

- Comprendre les étapes clés du processus de décision et les rôles du marketing.
- Utiliser des modèles comme AIDA pour créer des supports efficaces et rédiger un storytelling adapté.
- Structurer un brief créatif en lien avec les objectifs et la charte graphique.

Publicité, notoriété et fidélité

- Identifier les types de publicité et mesurer leur impact sur la notoriété.
- Comprendre la fidélisation et l'importance de la personnalisation des offres.

Plan de communication

- Définir et construire un plan de communication avec une Copy Stratégie (promesse, preuve, bénéfice consommateur).
- Évaluer et ajuster un plan pour optimiser la stratégie de communication.

Carte du parcours client

- Cartographier le parcours utilisateur (Customer Experience Journey Mapping) et analyser l'impact du modèle Doing-Thinking-Feeling sur le parcours.
- Optimiser l'expérience utilisateur avec les leviers de l'UX, les principes de navigation et les règles de conception visuelle.

Accessibilité numérique

- Définir l'accessibilité numérique et identifier les bonnes pratiques pour favoriser l'inclusion des personnes handicapées.
- Auditer les outils numériques pour améliorer l'accessibilité (ex. PDF) selon le RGAA.

Définition et phase d'initialisation d'un projet

- Structurer les objectifs d'un projet et utiliser la méthode QQQQCP pour définir les besoins et éviter les dérives.
- Appliquer la matrice PESTEL pour analyser les facteurs externes influençant le projet.

Maîtrise des risques

- Définir et évaluer les risques selon les référentiels (PMBOK, AFITEP), et prioriser les plans d'action à l'aide de la matrice d'impact.
- Gérer les risques pour maîtriser les coûts et les aléas d'un projet.

Planification et gestion des délais

- Maîtriser la planification d'un projet en différenciant les objectifs de chaque phase.
- Utiliser les outils de gestion de projet (PERT, Gantt) pour ajuster les calendriers de travail en fonction des contraintes de délai.
- Préparer et coordonner des événements comme des salons, actions presse, ou webinaires.

Maîtrise des coûts

- Utiliser des tableaux de bord pour le suivi des indicateurs clés (charge de travail, avancement) et maîtriser les dépenses budgétaires.
- Différencier les types de coûts et gérer le cycle de vie budgétaire d'un projet.

Gestion des parties prenantes

- Gérer les parties prenantes d'un projet en utilisant une matrice et appliquer des stratégies efficaces de délégation.
- Organiser et animer des réunions collaboratives, en intégrant des outils pour suivre la performance (RACI, KPI).

Les événements

Le droit du numérique, la loi R.E.E.N. et RGPD

Notre offre de parcours

Standard



1 000,00 €

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

Certifiant



2 200,00 €

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

- Titre préparé : certification sur le bloc 2 du titre Chargé de marketing et communication - RNCP37786 - niveau 6
- 2 RDV de 20 min de tutorat synchrone et individuel
- Des projets professionnalisants
- Passage de la certification

Premium



2 350,00 €

- 77 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)
- Titre préparé : certification sur le bloc 2 du titre Chargé de marketing et communication - RNCP37786 - niveau 6
- 2 RDV de 20 min de tutorat synchrone et individuel
- Des projets professionnalisants
- Passage de la certification
- 1 Session de 20 min de tutorat synchrone individuel

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 QCM et 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 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 la cadre de la formation, vous devez réaliser des études de cas et QCM
- Dans le cadre de la certification, vous devez réaliser 1 étude de cas écrite avec oral devant un jury.

Référent handicap

[En savoir plus.](#)

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](tel:0285295900))

Certification

Cette formation vise la certification sur le bloc 2 du titre **Chargé de marketing et communication** de Ascencia Paris La Défense, de **niveau 6**, codes NSF 312/320, enregistrée au **RNCP** sous le numéro [37786](#) par décision de France Compétences en date du 19/07/2023.

Cette formation est certifiante sur 1 bloc de compétences par le titre de :

- RNCPBC02 : Elaboration du des plan(s) d'actions marketing opérationnel omnicanal

Code RNCP : [37786](#)

