

# FORMATION

## Marketing Digital

### OBJECTIFS

- Réaliser une étude de marché pour identifier les opportunités et les menaces
- Analyser la stratégie en place pour pouvoir proposer des axes d'amélioration
- Définir les buyers personae grâce à une segmentation pertinente
- Déterminer les ressources à allouer au projet
- Elaborer une stratégie de communication et de webmarketing pour atteindre les objectifs visés
- Maîtriser les outils de conduite de projet nécessaires à la mise en place de la stratégie adéquate

### PUBLIC

Tout public

### PRE-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire

### DUREE

La durée moyenne de l'action de formation est estimée à **60 heures**, dont

- **60 heures** en e-learning à distance

### TYPE

Formation à distance

### PERIODE DE REALISATION

Les formations ont été conçues pour être réalisées en 16 semaines. Nous vous recommandons de suivre ce rythme pédagogique pour faciliter votre apprentissage. \*

### EVALUATION

Tests en contrôle continu sur la plateforme en ligne en cours de formation.

### SANCTION

Bloc 1 Elaborer la stratégie communication et webmarketing de la certification Chargé de communication et webmarketing (RNCP35752).  
Inscription aux épreuves de la certification directement depuis votre espace apprenant de l'Ecole Française.

*(\*) vous disposez néanmoins de 4 mois pour réaliser votre action de formation.*

# PROGRAMME

Cette action de formation est une action concourant au développement des compétences réalisées suivant un format à distance.

## SEQUENCES A DISTANCE

<b>CONTENU</b>	<b>Durée moyenne estimée (h)</b>
<p><b>Mettre en place une veille stratégique et technologique</b>            Introduction et présentation générale            Histoire et enjeux du marketing digital            Les différents types de marketing            Le marché : concurrence et cycle de vie du produit            Les typologies d'études de marché            Méthodologie d'étude de marché            Les différents types de stratégies marketing            Positionnement, cibles, objectifs et mix marketing - Partie 1            Positionnement, cibles, objectifs et mix marketing - Partie 2</p>	8 h
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réaliser une étude de marché pour identifier les opportunités et les menaces</li> </ul>	
<p><b>Travaux à réaliser :</b> Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ QCM</li> <li>▪ La réalisation de divers exercices d'application*</li> </ul>	4 h
<p><b>Analyser les résultats de la stratégie actuelle</b>            Stratégie Data Driven, leviers d'acquisition / de conversion et règles UX            Zoom sur Google Analytics            Les alternatives à Google Analytics            Tunnel de vente, outils d'analyse et de synthèse            Qu'est-ce qu'une conversion ?            Le pilotage de projet            Zoom sur Google Data Studio            KPIs et rentabilité</p>	15 h
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser la stratégie en place pour pouvoir proposer des axes d'amélioration</li> </ul>	
<p><b>Travaux à réaliser :</b> Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ QCM</li> <li>▪ La réalisation de divers exercices d'application*</li> </ul>	5 h

<p><b>Définir les buyers personae et les ressources nécessaires</b>  Définir sa cible  Comment utiliser le ciblage ? - Partie 1  Comment utiliser le ciblage ? - Partie 2  Lister les besoins en ressources  Choisir les ressources  Les méthodologies pratiques</p>	8 h
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définir les buyers personae grâce à une segmentation pertinente</li> <li>▪ Déterminer les ressources à allouer au projet</li> </ul>	
<p><b>Travaux à réaliser :</b> Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ QCM</li> <li>▪ La réalisation de divers exercices d'application*</li> </ul>	4 h
<p><b>Choisir les moyens de communication et maîtriser les outils de gestion de projet</b>  Définir ses priorités d'actions  Les actions ciblées  Zoom sur Meta ADS  Zoom sur Google Ads  La stratégie à long terme  Référencement naturel et communication Offline  Piloter et gérer un projet  La boîte à outils de la gestion de projet  La certification "Chargé de communication et webmarketing" - Bloc 1  Conseils et interview de formateurs et d'experts</p>	11 h
<p><b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elaborer une stratégie de communication et de webmarketing pour atteindre les objectifs visés</li> <li>▪ Maîtriser les outils de conduite de projet nécessaires à la mise en place de la stratégie adéquate</li> </ul>	
<p><b>Travaux à réaliser :</b> Le Stagiaire devra accomplir les travaux et activités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ QCM</li> <li>▪ La réalisation de divers exercices d'application*</li> </ul>	5 h
<p><b>TOTAL estimé à distance</b></p>	60 h

Au cours de la réalisation de l'action, des supports de cours digitalisés en vidéos sont mis à la disposition du Stagiaire sur une plateforme e-learning accessible à l'URL suivant : <https://cours.lecolefrancaise.fr/>

Le suivi de l'exécution de l'action de formation, pour la séquence réalisée à distance, sera effectué au moyen de travaux que le Stagiaire devra réaliser sur ordinateur sur la plateforme pédagogique e-learning de **l'ECOLE FRANCAISE**, ou sur des logiciels tiers.

Les exercices et travaux à effectuer par le Stagiaire prendront la forme de tests, quizz, ou mises en situation professionnelle. Ceux-ci devront être réalisés tout au long de la période de réalisation de l'action de formation.

A l'issue de la formation, les Stagiaires recevront une **attestation de formation** de la part de l'Ecole Française. Celle-ci sera à télécharger sur la plateforme e-learning.

## **Conception pédagogique de la formation**

### ***Les compétences et qualifications des formateurs :***

Le parcours de formation de l'Ecole Française a été conçu pour 2 professionnels du secteur (\*), à savoir :

- Céline : après avoir occupé différents postes tels que Chargée de webmarketing, Responsable Marketing multimédia ou bien encore Responsable de Stratégie digitale, Céline a décidé de créer sa propre agence de conseil en marketing digital. Depuis 3 ans, elle évolue également en tant qu'enseignante et formatrice afin de transmettre ses connaissances.
- Loic : grâce à un blog dédié aux sneakers qu'il développe durant ses études, Loic découvre par lui-même le monde de l'affiliation et de l'influence. Il choisit donc de rester dans cette voie et co-crée en 2017 une agence spécialisée dans le Social Media. En parallèle, il intervient en tant que formateur depuis 2016 dans une école des métiers du digital.

*(\*) Afin de respecter les données à caractère personnel et la vie privée des formateurs et formatrices ayant conçu le parcours de formation, l'ECOLE FRANCAISE conserve leurs noms de famille confidentiels.*

## **Modalités d'assistance du stagiaire lors de la séquence de formation réalisée à distance**

### ***1. Les compétences et les qualifications des personnes chargées d'assister le bénéficiaire de la formation***

**Florence Gilbert-Tersiguel** : Master of Science in Management – Kedge Business School, spécialisation Marketing Management, Directrice de la formation de l'Ecole Française, accompagnée de son équipe pédagogique.

**Sibel Yener** : Maîtrise Négociation et Relations internationales, Université de Perpignan, Directrice des consultants pédagogiques de l'Ecole Française, assistée d'une équipe de conseillers et experts métiers dédiés par parcours de formation.

**Tony Grave Mardistas** : Maîtrise Management International, Aix-Marseille Université, Responsable des mentors dédiés aux parcours de formation au sein de l'Ecole Française.

**2. Les modalités techniques selon lesquelles le Stagiaire est accompagné ou assisté, les périodes et les lieux mis à sa disposition pour s'entretenir avec les personnes chargées de l'assister ou les moyens dont il dispose pour contacter ces personnes.**

Pendant toute la durée de la formation, le Stagiaire est accompagné dans tous les cas via la messagerie intégrée à la plateforme e-learning de l'ECOLE FRANCAISE. Il peut également solliciter un accompagnement technique ou pédagogique par e-mail à l'adresse [support@lecolefrancaise.fr](mailto:support@lecolefrancaise.fr).

Le stagiaire peut solliciter un ou plusieurs rendez-vous personnalisés avec un professionnel expert via la plateforme **Calendly** intégrée dans la plateforme e-learning. Les conditions d'accès dépendent de la formule tarifaire (Cf ci-dessous).

Les professionnels experts sont diplômés respectivement d'une licence en marketing et d'un Master 2 en Expertises stratégies digitales.

Ils disposent des qualités suivantes :

- ✓ Fibre pédagogique
- ✓ Expertise digitale

**3. Les délais dans lesquels les personnes en charge de son suivi sont tenues de l'assister en vue du bon déroulement de l'action, lorsque cette aide n'est pas apportée de manière immédiate.**

Dans tous les cas, une assistance sera apportée au stagiaire dans un délai maximum de 7 jours après l'envoi d'un e-mail à l'adresse suivante : [support@lecolefrancaise.fr](mailto:support@lecolefrancaise.fr).

## **Moyens pédagogiques et techniques mis à disposition du stagiaire.**

Dans le cadre de la réalisation de la séquence de la formation réalisée à distance, un accès individuel sera ouvert au nom du stagiaire, sur la plateforme de l'Ecole Française. Cette plateforme pédagogique, qui prend la forme d'un Learning Management System (L.M.S), accessible au moyen d'une simple connexion internet, regroupe :

1. Les cours : cours en ligne actualisés, cours vidéo ou audio visionnables en ligne.
2. Les exercices d'évaluation : quizz type QCM, réalisation d'études de cas ou mises en situation professionnelles.

La possibilité de conserver ou télécharger les contenus pédagogiques dépend de la formule tarifaire dont voici les caractéristiques :

- **Formule BASE à 1 590 € :**
  - assistance pédagogique par tchat & téléphone & email dans un délai maximum de 24h
  - horaires d'ouverture du lundi au vendredi de 9h à 19h
  - ouverture le samedi et jours fériés 10 h à 18h
  - mentorat avec un professionnel-expert : 6 rdv privés maximum jusqu'à 1 an après la date d'entrée en formation
  - supports avancés téléchargeables
  - vidéos accessibles pendant 1 an à l'issue de la formation
  - contenu supplémentaire d'aide à la valorisation des compétences pour améliorer son employabilité,

## **Accessibilité Handicap**

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap physique à la condition qu'elles puissent utiliser un ordinateur, une tablette et/ou un smartphone.

Les personnes malentendantes et malvoyantes ne pourront toutefois pas bénéficier, de manière autonome, de l'ensemble des services proposés :

- Les personnes malentendantes ne pourront pas exploiter l'audio de nos contenus et les formats podcast quand ils sont proposés, ni bénéficier des rendez-vous téléphoniques avec nos mentors. Resteront accessibles : les visuels de nos contenus vidéos, nos supports de formation écrits (qui, selon le type de formation choisie, peuvent couvrir plus de 80% des contenus vidéos) et la réalisation des quizz en ligne nécessaire à la réalisation de la formation.
- Les personnes malvoyantes ne pourront pas exploiter les visuels de nos contenus vidéos et nos supports écrits, ni réaliser les quizz en ligne sans être accompagnées. Resteront accessibles : l'audio de nos contenus vidéo, les formats podcast quand ils sont proposés et les rendez-vous téléphoniques avec nos mentors.

Nos équipes sont à votre disposition pour plus de renseignements.

## **Evaluation des résultats et modalités de suivi de l'action de formation**

Chaque complétion d'un chapitre (ex : cours vidéo) de la plateforme de formation à distance est enregistrée et conservée dans la base de données MySQL de la plateforme. Un rapport nominatif peut être édité à tout moment pour vérifier l'assiduité et la complétion des chapitres, et suivre l'exécution de l'action.

Au cours de la réalisation de la séquence de l'action de formation à distance, les acquis des stagiaires seront évalués grâce à différents tests en ligne (quizz type QCM, étude de cas, mise en situation, etc).

Des e-mails de relance pourront également être adressés au Stagiaire, lorsque celui-ci n'aurait pas exécuté la totalité de l'action de formation.

## **Modalités de sanction de l'action de formation**

L'action de formation est sanctionnée par le passage d'une composante de la certification qui a vocation à sanctionner un ensemble de compétences ciblées.

L'inscription au passage de cette composante de la certification doit être effectuée par le Stagiaire, auprès du certificateur déclaré dans le programme, ainsi que sur la plateforme MonCompteFormation, et dans les conditions rappelées ci-après.

### ***1. Certificateur et certification***

- **Certificateur** : La compagnie de formation
- **Certification** : Chargé de communication et webmarketing (RNCP35752). Bloc de compétences concerné : Bloc 1 « Elaborer la stratégie communication et webmarketing ».

### ***2. Modalités d'inscription aux épreuves de la certification***

Dès que le Stagiaire termine sa formation, il pourra se créer un compte sur Macertification.org afin d'accéder à l'épreuve de certification.

Le tarif de passage de la composante de la certification est inclus dans le prix de la formation.

Il est à noter que tout apprenant, qui aurait suivi la formation à distance, peut s'inscrire aux épreuves conduisant à cette composante de la certification.

### ***3. Modalités d'évaluation lors de l'épreuve***

La certification est composée d'une seule épreuve, laquelle comporte 2 étapes. Les 2 étapes peuvent être ou non consécutives.

- Etape 1 : étude de cas d'une durée de 3h, notée sur 20 points. L'épreuve est composée de deux dossiers basés sur un contexte d'entreprise réel. Les dossiers porteront sur le marketing stratégique et opérationnel, ainsi que sur la communication globale.
- Etape 2 : étude de cas d'une durée de 3h, notée sur 20 points. L'épreuve est composée de deux dossiers basés sur le même contexte d'entreprise que l'étape 1. Les dossiers porteront sur le webmarketing et la gestion du budget.

Les deux étapes de l'examen seront à réaliser en ligne, depuis un lien donné. La découverte du sujet se fera lors de la session d'examen, laquelle se déroulera via un outil d'e-surveillance. Vous serez seul face à votre écran pendant la totalité de l'examen, vous devez donc être équipé d'un ordinateur, d'une connexion internet, d'un micro et d'une webcam.

#### ***4. Document délivré après le passage de la certification***

Une **attestation de réussite au bloc 1** sera délivrée sous format dématérialisé à la suite de l'examen. Celle-ci est **valable à vie**.