

BACHELOR MARKETING DIGITAL

Cette formation prépare au titre Chargé.e de Marketing Digital et E-Commerce, titre certifié de Niveau 6, Codes NSF 310,312,320 enregistré au RNCP le 28/03/2025, délivré par EIMP.

Certification professionnelle accessible par la VAE

Pré-requis

✓ Être titulaire d'un diplôme de niveau 5

DESCRIPTION

Dynamisés à la fois par les évolutions technologiques et par les nouveaux usages, le marketing digital et la communication plurimédia se sont adaptés aux attentes et aux besoins des entreprises et des consommateurs. Quelque soit la taille de l'entreprise, son domaine d'activités, ou le nombre de ses salariés, une stratégie marketing et communication plurimédia est un incontournable pour garantir un positionnement et une visibilité sur le long terme.

Cette formation forme des professionnels opérationnels, maîtrisant les aspects business et techniques pour capitaliser sur des pratiques nouvelles, anticiper les technologies et évolutions futures. Il s'agit, pour eux, de devenir experts dans la création, la mise en oeuvre et la gestion de stratégies de communication et de marketing digital, dans un environnement B to B (Business to Business) ou B to C (Business to Customer).

PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Chargé(e) de communication digitale
- Chargé(e) de référencement
- Chef(fe) d'entreprise / Gérant(e)
- Community Digital
- Community Manager
- Community Marketing Manager
- Social Media Manager
- Responsable communication et marketing digital

INSCRIPTIONS

De Janvier
à
Septembre

☎ 02 23 44 74 69
✉ contact@alticome.fr
🌐 www.alticome.fr



PROGRAMME DE LA FORMATION

OBJECTIFS

- 1- Répondre à l'hyperspécialisation des compétences digitales
- 2- Optimiser la performance via des stratégies omnicanales
- 3- Manager une équipe dans le cadre d'une gestion de projet web
- 4- Adapter les profils aux attentes des nouvelles générations de consommateurs

COMPÉTENCES

BLOC 1 : Définir la stratégie de marketing digital et de e-commerce d'un organisme

BLOC 2 : Produire et gérer les supports numériques nécessaires à la réalisation du plan d'action

BLOC 3 : Piloter la stratégie de marketing digital et de ventes en ligne dans une démarche RSE

PROGRAMME

1 - Élaboration d'une stratégie de marketing digital et e-commerce responsable

- Méthodologie des études quantitatives et qualitatives
- Outils et techniques de veille concurrentielle et sectorielle
- Réalisation d'une étude de marché (B2B et B2C)
- Accessibilité numérique et inclusion dans les pratiques marketing
- Analyse des comportements clients et médias
- Stratégies d'adaptation B2B vs B2C
- Diagnostic interne et externe d'une activité
- Identification des enjeux éthiques et réglementaires (RGPD, accessibilité...)
- Stratégies inbound et outbound marketing
- Conception d'un plan d'action marketing digital responsable
- Conception de tableaux de bord de suivi
- Définition et suivi des KPIs du marketing digital

2- Création, gestion et optimisation des interfaces digitales et de la communication multicanale

- Introduction à l'UX design et à l'accessibilité numérique
- Outils de prototypage : Adobe XD, Figma, Axure
- Création de maquettes web et mobile conformes au cahier des charges
- Intégration UX pour tous publics
- Personnalisation et adaptation des CMS (WordPress, Webflow, etc.)
- Introduction aux plateformes de social media management
- Planification, diffusion et modération des publications
- Création et paramétrage de comptes professionnels
- Déploiement de la stratégie de marque sur les réseaux sociaux
- Acquisition et fidélisation via les réseaux sociaux
- Utilisation des logiciels de création : Canva, Suite Adobe
- Choix des supports et canaux adaptés aux buyer persona

3 - Pilotage, évaluation et amélioration continue de la stratégie digitale

- Lecture et interprétation des tableaux de bord marketing
- Calcul et analyse du ROI (retour sur investissement)
- Identification des écarts de performance par campagne
- Prise de décision opérationnelle fondée sur les indicateurs clés
- Suivi des objectifs de performance
- Organisation des tâches en environnement pluridisciplinaire
- Suivi des livrables et coordination des équipes dans le cadre d'un projet digital
- Intégration des retours utilisateurs dans une démarche qualité
- Élaboration de reportings écrits et oraux adaptés à tous les publics
- Communication inclusive et accessible



Accessible aux personnes
en situation de handicap

REJOIGNEZ NOTRE RÉSEAU
D'ENTREPRISES PARTENAIRES

LinkedIn

