



crews

Where you belong

FORMATION

Chargé de marketing digital & E-commerce

RNCP40377

CERTIFICATION VISÉE

Certification professionnelle "Chargé de Marketing Digital et E-commerce" délivrée par l'EIMP (Ecole Internationale de Management de Paris), enregistrée au niveau 6 du RNCP sur décision de France Compétences du 28 mars 2025, échéance de l'enregistrement au 28 mars 2028.

Code NSF 310, 312 et 320.

Certification accessible via le dispositif VAE - <https://eimparis.com/vae/>

Fiche RNCP n°40377 consultable sur : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40377/>

La certification est composée de 3 blocs de compétences.

La délivrance du titre est conditionnée à la validation de tous les blocs de compétences. Il est tout à fait possible de valider un ou plusieurs blocs si le titre n'a pas été validé dans sa totalité.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir la stratégie de marketing digital et de e-commerce d'un organisme
- Produire et gérer les supports numériques nécessaires à la réalisation du plan d'action
- Piloter la stratégie de marketing digital et de ventes en ligne dans une démarche RSE

DURÉE DE LA FORMATION

502 heures réparties sur 12 mois de formation.

La formation est accessible en initial et en alternance.

PUBLIC VISÉ

La formation s'adresse aux étudiants souhaitant développer leurs compétences sur les métiers du digital, du marketing et du e-commerce.

PRÉ-REQUIS

- Être titulaire d'un diplôme bac+2 ou d'une certification de niveau 5 en lien avec la certification professionnelle (domaine commercial, marketing, web ou communication)
- Ou avoir validé deux années de formation dans le supérieur en lien avec la certification professionnelle (domaines commercial, marketing, web ou communication)
- Ou, à défaut, être titulaire d'une certification de niveau 4 et justifier de minimum de 2 années d'expérience professionnelle en lien avec la certification professionnelle

DÉLAIS D'ACCÈS

- Admissibilité sur dossier : réponse sous 48 heures
- Admission sur un grand oral avec jury : convocation sous 2 semaines et réponse sous 48 heures

Crews Education

3 rue Lac du Mont-Cenis, BP 70408, 73370 Le Bourget du Lac

Tél : 04.80.81.94.50 - Email : contact@crews-education.com

Site Web : www.crews-education.com



PROGRAMME DÉTAILLÉ

- **Marketing digital & Stratégie digitale (168h)**

Exemples de cours : Panorama et écosystème du webmarketing et du e-commerce, Stratégie digitale, Marketing digital, Search Engine Marketing (SEO, SEA), Data marketing et digital analytics, CRM, emailing, retention, Copywriting, Stratégie de contenus, Podcast, Réseaux sociaux, Customer Journey, E-reputation, Satisfaction Client, Brand Positioning, PR, Communication, Événementiel, Etude de marché et tendances de consommation...

- **Design & Tech (112h)**

Exemples de cours : Design thinking, Suite Adobe, UX/UI design, Fondamentaux du web et NoCode, CMS E-commerce, Logistique e-commerce / Ticketing...

- **Produit & Innovation (21h)**

Exemples de cours : Conduite de projet, Customer Success Management, Méthodologie IA...

- **Business & Entrepreneuriat (28h)**

Exemples de cours : Devenir Freelance, Droit du digital et des affaires, Suivi et analyse de la performance, Culture économique et financière, suivi budgétaire, tableaux de bords

- **Développement personnel et culturel (46h)**

Exemples de cours : Accompagnement groupe / personnalisé, Business English, Prise de parole en public / PNL / Présentation soutenance, Techniques d'argumentation et de négociation

- **Enseignements complémentaires (28h)**

Exemples de modules complémentaires liés au secteur visé par l'apprenant : Tendances et veille sectorielle, outils technologiques dans le secteur...

Business : perfectionnement technique ou stratégique

Tourisme : Marketing du tourisme, Destination Marketing, Yield Management...

Hôtellerie : Marketing hôtelier, Yield Management, MICE...

Luxe : Les codes du luxe, Marketing du luxe et stratégies des marques de luxe...

Restauration : Marketing de la restauration, Menu Engineering, Nouveaux concepts...

Sport : Marketing du sport, Data dans le sport, Partenariats et sponsoring...

- **Projets, séminaires et évaluations**

- Projet Onboarding, Projet Recommandation stratégique, Projet Photo / Vidéo, Projet Campagne Marketing Digital 360, Projet professionnel Crews
- 1 séminaire à l'international et des événements en présentiel proposés en France
- Partiels, soutenances
- Participation à des conférences, webinars, meetups toute l'année

Crews Education

3 rue Lac du Mont-Cenis, BP 70408, 73370 Le Bourget du Lac

Tél : 04.80.81.94.50 - Email : contact@crews-education.com

Site Web : www.crews-education.com



DÉBOUCHÉS, PASSERELLES ET SUITES DE PARCOURS

A l'issue de la formation, les apprenants peuvent intégrer des postes dans les métiers du marketing digital et du e-commerce dans des entreprises de tous les secteurs d'activité, ou poursuivre des études en master.

- Account Manager, Customer Success Manager
- Chargé de communication digitale / marketing
- Chef de projet digital / e-marketing / e-commerce / CRM
- Community manager, Social media manager
- Digital Marketing Manager, Responsable communication et marketing
- Traffic manager, Growth Marketer, SEO Manager
- Consultant en transformation digitale, Consultant e-business
- Chef d'entreprise

MÉTHODES, MOYENS PÉDAGOGIQUES ET ENCADREMENT

- Cours théoriques en face à face pédagogique à distance par des professionnels en activité
- Réalisation de projets pour des entreprises partenaires en lien avec le secteur visé
- Séminaires en présentiel
- Participation à des conférences et événements
- 30 intervenants experts

MOYENS POUR SUIVRE LA FORMATION

- Suite d'outils performants : Google Workspace for Education, Slack, Edusign...
- Mise à disposition de licences pour les logiciels
- Prêt de matériel informatique selon le besoin (ordinateur, webcam, casque...)

MOYENS D'ÉVALUATIONS

- Mises en situation professionnelle simulées individuelles écrites
- Mise en situation professionnelle reconstituée collective écrite
- Mises en situation professionnelle reconstituée orales individuelles

TARIF

En initial, le tarif du Bachelor Chargé de marketing digital et e-commerce 2026-2027 est de 7 500€.

Des bourses d'études peuvent être accordées pour soutenir les étudiants français ou internationaux qui ont démontré une excellence académique et professionnelle dans leur parcours, qui font face à des contraintes financières, qui portent un projet entrepreneurial ou qui contribuent à la diversité de nos promotions.

En alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation), les frais de formation de 9 900€ sont pris en charge par les entreprises et/ou l'OPCO de l'entreprise.

Crews Education



crews

Where you belong

COMPÉTENCES VISÉES

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

- Réaliser des études quantitatives et qualitatives en collectant des données à l'aide d'outils diversifiés et de la mise en place d'une veille pour élaborer une étude de marché afin d'identifier les potentialités et les attentes du marché cible, les comportements des clients et les évolutions en matière d'accessibilité numérique.
- Segmenter les clients et prospects de l'activité (B2B et B2C) en analysant les informations recueillies en interne notamment sur leurs comportements média pour définir le ou les buyer persona inclusifs afin de déterminer la communication et l'offre de l'entreprise. - Réaliser un SWOT de la communication de l'activité en identifiant les forces et les faiblesses de la stratégie actuelle et les opportunités et menaces du diagnostic externe pour fixer les objectifs et les axes principaux de la stratégie de marketing digital et de l'e-commerce responsable dans le respect des réglementations.
- Choisir les leviers digitaux 360 inbound et outbound marketing à activer à chacune des phases du tunnel de conversion en cartographiant les différentes étapes du parcours du buyer persona pour concevoir le plan d'action responsable de la stratégie de marketing digital et réaliser les objectifs fixés dans le respect des réglementations (RGPD, sectorielles, etc.).
- Calculer les investissements et les ressources internes et externes nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie de marketing digital à l'aide d'un tableur pour estimer le budget annuel et répartir les postes de dépense en fonction des priorités.
- Construire des tableaux de bord prévisionnels de suivi de la performance en intégrant les KPIs du marketing digital pour contrôler le bon déroulement et la bonne finalisation du plan d'action.

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

- Créer la maquette du site internet prenant en compte l'expérience utilisateur en utilisant des logiciels tels qu'Adobe XD, Figma, Axure, etc. pour prototyper les pages et les écrans afin de personnaliser et compléter le logiciel de CMS choisi dans le respect du cahier des charges.
- Créer des comptes professionnels sur les plateformes sociales en se référant à la stratégie de la marque pour accroître la visibilité de l'entreprise afin d'acquérir et fidéliser des clients.
- Centraliser l'ensemble des comptes professionnels créés en paramétrant une plateforme de social média management pour planifier, diffuser et modérer les publications des médias sociaux de l'entreprise.
- Préparer les campagnes en choisissant l'ensemble des supports de communication 360 adaptés aux buyer persona de la marque pour convaincre le plus grand nombre de prospects possible sur la zone de chalandise définie.
- Concevoir des contenus multimédias (texte, image, vidéo et audio) en utilisant les logiciels de création de contenu (ex : Canva, Suite Adobe) et les outils d'IA générative en fonction des supports de communication 360 choisis pour développer la visibilité de l'entreprise et démontrer son expertise.
- Faciliter l'UX (expérience utilisateur) en mettant en œuvre des techniques adaptées à tous publics, notamment aux personnes en situation de handicap, favorisant la génération de leads pour générer un accroissement du chiffre d'affaires et une fidélisation de la clientèle dans le respect des réglementations.
- Instaurer un climat de confiance avec les visiteurs en sécurisant le site et en vérifiant régulièrement son degré de sécurité pour favoriser le trafic, le temps passé, l'acte d'achat et le paiement en ligne en toute sérénité.
- Mettre à jour régulièrement l'éditorial du site en publiant du contenu actualisé, corrigeant les erreurs, actualisant les informations, dans le respect des réglementations, pour optimiser le référencement naturel (SEO) afin de générer du trafic et fidéliser les clients.

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

- Interpréter le ROI et les ratios de la performance indiqués dans les tableaux de bord de suivi en identifiant les écarts pour prendre, avec les services opérationnels concernés, des décisions rapides et durables en fonction des résultats de chacune des campagnes menées.
- Réaliser les ajustements nécessaires en vérifiant les impacts des campagnes menées au regard des objectifs fixés pour optimiser les résultats de façon responsable.
- Mettre en place un ou plusieurs outils de communication inclusifs en choisissant, avec les parties pluridisciplinaires concernées (web, informatique, marketing, etc.), le logiciel adapté (Trello, Monday, Drive, etc.) pour organiser, suivre et optimiser la réalisation des tâches durant le projet de marketing digital et e-commerce.
- Mettre en place un outil d'amélioration continue (ticketing) de l'expérience client en utilisant un moyen s'adaptant aux personnes en situation de handicap pour que les parties prenantes remontent les dysfonctionnements et incidents aux équipes techniques.
- Élaborer un reporting écrit et oral adapté à tous les publics, notamment aux personnes en situation de handicap, en utilisant les outils de bureautique, un tableur et/ou un outil de reporting spécifique (HubSpot, Google Sheet, etc.) pour présenter les résultats de la stratégie mise en place et prendre les décisions nécessaires avec la direction et les équipes concernées.

Crews Education

3 rue Lac du Mont-Cenis, BP 70408, 73370 Le Bourget du Lac

Tél : 04.80.81.94.50 - Email : contact@crews-education.com

Site Web : www.crews-education.com



RÉSULTATS ET INDICATEURS DE PERFORMANCES

- Indicateurs liés à la certification
 - Taux d'insertion globale : 2021 : 92 % 2022 : 88 %
 - Taux d'insertion dans les emplois visés : 2021 : 62 % 2022 : 68 %
 - Taux de réussite : 2021 : 94 % 2022 : 97 %
 - Taux de présentation : 2021 : 94 % 2022 : 86 %
- Indicateurs liés à Crews
 - Nombre d'alternants : 89%
 - Taux d'obtention des titres RNCP : 100%
 - Taux d'interruption en cours de formation : 11%
 - Taux de satisfaction en fin de formation : 95%
 - Nombre d'entreprises partenaires : 150
 - Valeur ajoutée : Expertise digitale

Les données du CFA sont mises à jour tous les ans et disponibles sur le site de diffusion :

<https://www.inserjeunes.education.gouv.fr/diffusion/accueil>

ACCESSIBILITÉ

Accessibilité des personnes en situation de handicap, RQTH, ou difficultés particulières, nous contacter pour organiser un entretien afin d'analyser vos besoins et de vous proposer si cela est possible un programme adapté : handicap@crews-education.com

Accessibilité des étudiants internationaux, nous contacter : international@crews-education.com

CONTACTS

- Par téléphone : +33(0)4 80 81 94 50
 - Par WhatsApp : +33(0)7 56 10 93 20
- Par email : contact@crews-education.com

Document mis à jour le 21/07/2026

Crews Education

3 rue Lac du Mont-Cenis, BP 70408, 73370 Le Bourget du Lac

Tél : 04.80.81.94.50 - Email : contact@crews-education.com

Site Web : www.crews-education.com