

Vous souhaitez devenir

Chargé de Marketing Digital et E-Commerce

Concevez des stratégies performantes et pilotez la croissance d'une entreprise par la vente en ligne.

Niveau 6 (BAC+3)

Code RNCP40377

Certification professionnelle « Chargé de Marketing Digital et E-commerce » enregistrée au niveau 6 du RNCP sur décision de France Compétences du 28 mars 2025, délivrée par ECOLE INTERNATIONALE DE MANAGEMENT DE PARIS EIMP - Échéance de l'enregistrement au 28 mars 2028 - Code NSF 310, 312 et 320. - Certification accessible via le dispositif VAE - Fiche RNCP N° 40377 consultable sur : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40377/>

Lieux de formation

Poitiers · La Rochelle · Niort

Chiffres clés Données 2025

Taux de réussite 100%

Formules

Alternance

12 mois · 530 heures de formation

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Rythme : 2 jours CFA / 3 jours entreprise

Frais de formation pris en charge par l'OPCO de l'entreprise conformément à la grille France Compétences

Reconversion

12 mois

Plusieurs dispositifs de financement possible · Devis sur demande

Admission

Étude du dossier, des bulletins et du parcours.

Entretien de motivation · Tests

Qualités requises

Capacités d'organisation

Esprit d'équipe

Qualités relationnelles

Autonomie

Créativité

Curiosité

Prérequis

Être titulaire d'une certification de niveau 5 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.

Objectifs de la formation

- Réaliser une recommandation stratégique
- Analyser les comportements d'achat
- Elaborer une stratégie marketing complète
- Optimiser la visibilité d'une marque en ligne
- Gérer un projet web, un site Web
- Connaître les principes UX/UI
- Présenter et analyser des résultats, ROI

Métiers visés

- Assistant·e digital
- Assistant·e marketing
- Chargé·e de communication digitale
- Chargé·e de marketing digital
- Community Manager
- Chef·fe de projet marketing

En entreprise, agence de communication/marketing, association ou collectivités...

Poursuite d'études

- Manager de Projet Web et Digital (Niv. 7)

Accessibilité PSH

Pour les apprenants·es en situation de handicap, l'aménagement et l'accessibilité du parcours de formation seront étudiés de manière individuelle avec le référent handicap.



Blocs de compétences

Programme

Définition de la stratégie marketing digital et e-commerce

- Panorama et écosystème du webmarketing et du e-commerce
- Modes et tendances de consommation
- Etude de marché
- Conquête, conversion et rétention client
- Plan stratégique marketing digital

Production et gestion des supports numériques nécessaires à la réalisation du plan d'action

- Fondamentaux du web et du fonctionnement de site e-commerce
- SEO, SEA, SMO
- Gestion de projet collaborative
- Gestion des réseaux sociaux
- Conception de contenus
- UX et UI design
- Maquettage de site web
- CMS e-commerce

Pilotage de la stratégie de marketing digital et de ventes en ligne dans une démarche RSE

- Culture économique et financière, suivi budgétaire
- Suivi et analyse de la performance, préconisations d'améliorations
- Gestion de projet collaborative
- Ticketing
- Data visualisation et reporting

Matières transversales

- Anglais
- Techniques de communication orale
- Techniques d'argumentation et de négociation
- Planification et suivi des étapes de déploiement d'un projet
- Gestion des délais et des ressources

Méthodes pédagogiques

- Méthodes actives avec intervenants-es issus-es du monde de l'entreprise, titulaires de connaissances et compétences réelles du métier visé
- Cours organisés autour d'échanges, de partages et de retours d'expérience
- Travail en mode projet
- Individualisation des parcours : outils pédagogiques innovants, accompagnement personnalisé, suivi en entreprise

Modalités d'évaluation

- BLOC 1 - Définir la stratégie de marketing digital et de e-commerce d'un organisme
 - Recommandation stratégique - Écrit - Travail individuel avec livrable à rendre (dossier)
 - 2 contrôles continus (7h) :
 - Étude de marché - Écrit
 - Élaboration d'une stratégie de marketing digital - Écrit
- BLOC 2 - Produire et gérer les supports numériques nécessaires à la réalisation du plan d'action
 - Projet de campagne de marketing digital - Écrit - Travail en groupe avec livrable à rendre (dossier)
 - 2 contrôles continus (7h) :
 - Rédaction de contenus : référencement, réseaux sociaux - Écrit
 - Conception d'un CMS e-commerce - Écrit
- BLOC 3 - Piloter la stratégie de marketing digital et de ventes en ligne dans une démarche RSE
 - Rapport d'analyse et de préconisations opérationnelles - Écrite - 4h
 - 2 contrôles continus (7h) :
 - Suivi et analyse de la performance - Écrit
 - Anglais
- Soutenance finale - Oral
 - 30min de présentation sur les 3 livrables fournis pour les BLOCS 1, 2 et 3
 - 30min d'échanges avec le jury