Chargé de marketing digital

Certifiante | Formation continue

Réf. : 23101061F — Mise à jour : 14 octobre 2026

Organisme responsable : **VOYELLE FORMATION**

Présentation de la formation

Objectifs

- Identifier l'écosystème webmarketing de l'entreprise,
- Évaluer l'efficacité de la démarche webmarketing de l'entreprise, en analysant les données disponibles
- Identifier les besoins de l'entreprise en matière de marketing digital et accessible, en interrogeant les attentes, notamment celles relatives aux utilisateurs en situation de handicap, et contraintes (budget, stratégie globale de l'entreprise…), afin de comprendre les enjeux, objectifs, priorités et anticiper les besoins émergents.
- Identifier les leviers webmarketing adaptés aux objectifs
- Mettre en place une veille technologique, technique, réglementaire
- Analyser les informations recueillies dans le cadre de sa veille
- Développer un plan d'action webmarketing
- Prioriser et planifier les étapes du plan d'action webmarketing
- Communiquer la stratégie de marketing digital aux parties prenantes
- Réaliser un audit de site et de son indexation
- Réaliser une étude sémantique
- Elaborer un plan de netlinking
- Implémenter un suivi de positionnement
- Etablir un calendrier éditorial
- Gérer les interactions avec la communauté sur les médias sociaux
- Employer les principes du copywriting pour créer des contenus persuasifs et engageants
- Créer des contenus multimédias diversifiés (visuels, vidéos…)
- Formaliser les stratégies de référencement payant
- Concevoir une campagne publicitaire en définissant les objectifs stratégiques.
- Suivre et piloter le budget en fonction des indicateurs
- Développer et maintenir une base de données de contacts tout en respectant la vie privée des utilisateurs en mettant en place des processus de collecte
- Concevoir une stratégie d'emailing marketing automation délivrant un contenu spécifique et ciblé
- Concevoir une campagne SMS promotionnelle en segmentant la base de clients inscrits
- Mettre en œuvre des audits réguliers des actions de marketing digital déployées
- Analyser les performances des actions de marketing digital
- Elaborer un système de collecte, d'analyse et de suivi des actions de marketing digital, en utilisant des outils de data visualisation
- Mettre en place un système de suivi des améliorations des actions de marketing digita
- Optimiser l'efficacité des campagnes digitales par l'A/B testing
- Optimiser les interactions avec les utilisateurs en analysant leur parcours
- Coordonner les actions webmarketing, en alignant les équipes concernées (internes et/ou externes)
- Appliquer les bases de la gestion de projet, en définissant les objectifs, les ressources et les étapes clés

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée
Sans niveau spécifique

Niveau de sortie
Niveau Master, ingénieur - Bac +5 et plus

Liste des certifications

Chargé de marketing digital
Code RNCP : 41337

Métiers associés

E1103 — Communication
E1401 — Développement et promotion publicitaire
M1704 — Management relation clientèle
M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2226419S	Mixte	Cesson-Sévigné	06/10/2026	25/06/2027

Source : GREF Bretagne #23101061F