Chargé de marketing digital et e-commerce

Certifiante | Contrat appr.

Réf. : 26213500F — Mise à jour : 29 septembre 2026

Organisme responsable : **ALTICOME**

Présentation de la formation

Objectifs

- 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.
- Segmenter les clients et prospects de l'activité (B2B et B2C)
- Réaliser un SWOT de la communication de l'activité.
- 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.
- 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.
- 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.
- Faciliter l'UX.
- Instaurer un climat de confiance avec les visiteurs en sécurisant le site.
- Mettre à jour régulièrement l'éditorial du site en publiant du contenu actualisé, corrigeant les erreurs, actualisant les informations, dans le respect des règlementations, pour optimiser le référencement naturel (SEO)
- Interpréter le ROI et les ratios de la performance indiqués dans les tableaux de bord de suivi .
- Réaliser les ajustements nécessaires en vérifiant les impacts des campagnes menées au regard des objectifs
- Mettre en place un ou plusieurs outils de communication inclusifs
- Élaborer un reporting écrit et oral adapté à tous les publics, notamment aux personnes en situation de handicap

Programme

-

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Niveau BTS - Bac +2

Niveau de sortie

Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4

Liste des certifications

Chargé de marketing digital et e-commerce

Code RNCP : 40377

Métiers associés

E1101 — Animation de site multimédia

E1103 — Communication

E1104 — Conception de contenus multimédias

M1705 — Marketing

M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2331498S	Présentiel	Rennes	17/09/2027	02/07/2028

Source : GREF Bretagne #26213500F