



Federation for **ED**ucation in **EU**rope  
Fédération Européenne Des Ecoles



SHARING EDUCATION, SHAPING THE FUTURE



# CERTIFICAT DE COMPETENCES

## Marketing Digital

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 26.03.2018, n° 3425.

[www.fede.education](http://www.fede.education)  
version 0220



OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie  
Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90 - FEDE, 114 rue du Rhône, Genève, Suisse - RC Genève : CHE-109.997.364





Federation for **ED**ucation in **EU**rope  
Fédération Européenne Des Ecoles

## La Fédération Européenne Des Écoles - Federation for EDucation in Europe - FEDE

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée en Suisse en 1963, dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe et du statut consultatif auprès de la Francophonie.

Elle fédère un réseau international de plus de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 35 pays et sur 4 continents qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde.

La FEDE délivre plus de 150 diplômes et certificats européens accessibles en français et en anglais, pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, roumain etc.), du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, jusqu'au DBA Doctorate of Business Administration.

La FEDE rassemble un réseau international de plus de 200 000 personnes.

## SOMMAIRE

<b>PRESENTATION</b>	<b>5</b>
Objectifs	5
Valeur ajoutée	5
Métiers	5
Programme	6
Architecture du certificat	6
<b>MODULE 1</b>	<b>7</b>
<b>CONCEPTION D'UNE STRATEGIE DE MARKETING DIGITAL PERFORMANTE</b>	<b>7</b>
A. Objectifs	7
B. Compétences visées	7
C. Évaluation	7
<b>MODULE 2</b>	<b>8</b>
<b>MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DIGITALE</b>	<b>8</b>
A. Objectifs	8
B. Compétences visées	8
C. Évaluation	8
<b>MODULE 3</b>	<b>9</b>
<b>ANALYSE DE LA PERFORMANCE DE LA STRATEGIE DIGITALE</b>	<b>9</b>
A. Objectifs	9
B. Compétences visées	9
C. Évaluation	9
<b>MODULE 4</b>	<b>10</b>
<b>DEVELOPPEMENT ET OPTIMISATION DE LA PRESENCE SUR LE WEB</b>	<b>10</b>
A. Objectifs	10
B. Compétences visées	10
C. Évaluation	10
<b>RÈGLEMENT</b>	<b>11</b>
<b>CERTIFICAT DE COMPETENCES – MARKETING DIGITAL</b>	<b>11</b>
A. Dispositions générales	11
B. Référentiel du Certificat de compétences Marketing Digital	11
C. Modalités de préparation	11
D. Conditions de délivrance	11
E. Calendrier des évaluations	11

## PRESENTATION

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 26.03.2018, n° 3425.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 235541

### Objectifs

Cette formation apporte les clés, leviers et tactiques nécessaires à la conception et à la mise en œuvre d'une stratégie digitale permettant d'optimiser ses actions pour développer sa visibilité et son efficacité sur le web.

Elle transmet les outils permettant de mesurer et analyser les indicateurs de performance pour ajuster les résultats et développer l'efficacité des actions marketing.

Elle est le moyen d'adapter le modèle organisationnel de l'entreprise aux évolutions digitales et ainsi développer leur performance et leur croissance sur les différents canaux de communication et de distribution.

### Valeur ajoutée

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leurs fonctions et leurs responsabilités.

Elle accompagne la transformation digitale des entreprises en assurant un déploiement efficace de la stratégie marketing digitale, intégrée à la stratégie de l'entreprise.

Recherchée avec l'essor du digital, cette compétence contribue à accroître l'employabilité des individus.

Elle apporte une valeur ajoutée pour l'entreprise en lui permettant de développer sa notoriété et sa visibilité sur internet et ainsi accroître ses ventes.

### Métiers

- Chief Data Officer
- Data Analyst
- Directeur Digital Marketing
- Responsable de la stratégie mobile
- Chargée de communication web digitale

### Programme

La formation s'étale de 1 à 20 jours en fonction du niveau du candidat et de ses objectifs. La durée est également fonction de son environnement professionnel, de ses qualifications et de son parcours personnel.

La formation est dispensée sous la forme de 4 modules suivis en continu ou discontinu. La pédagogie privilégie les séquences participatives mobilisant l'interactivité, la prise d'initiative et l'esprit critique (mises en situations professionnelles, étude de cas, auto-positionnement...).

Des séminaires peuvent être programmés en inter ou intra entreprise, suivis en présentiel ou en distanciel selon la situation personnelle ou professionnelle (géographique, mobilité, handicap, disponibilité...) du candidat.

### Architecture du certificat

Modules
<b>Module 1</b> Conception d'une stratégie de marketing digital performante
<b>Module 2</b> Mise en œuvre de la stratégie digitale
<b>Module 3</b> Analyse de la performance de la stratégie digitale
<b>Module 4</b> Développement et optimisation de la présence sur le web

## MODULE 1

### CONCEPTION D'UNE STRATEGIE DE MARKETING DIGITAL PERFORMANTE

#### A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants d'élaborer et de mettre en place une stratégie de marketing digital pertinente et efficace en fonction du contexte, des objectifs et des besoins du client.

#### B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- D'analyser les évolutions du digital, ses nouvelles tendances et ses influences pour déterminer les impacts sur l'organisation.
- De réaliser une étude de marché en utilisant les outils marketing pour déterminer le positionnement de l'entreprise sur le marché face à la concurrence et dégager les opportunités à saisir.
- D'analyser les parcours clients en réalisant une cartographie des parcours d'achat pour mesurer l'influence du digital sur leurs différentes prises de décisions et adapter les orientations stratégiques digitales.
- De définir des objectifs SMART alignés aux axes stratégiques et opérationnels de l'entreprise pour conserver la cohérence globale des actions et favoriser leurs réussites.
- De concevoir une stratégie marketing digitale omnicanal en créant une synergie entre les canaux offline et online pour fluidifier le parcours du consommateur et accroître l'expérience client.

#### C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 1 « Conception d'une stratégie de marketing digital performante » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'étude de cas pratique sur la conception d'une stratégie de marketing digital avec soutenance orale.

Il est remis au candidat un énoncé de cas pratique proposant le descriptif d'une entreprise dans son contexte, dans son environnement macro et micro, sur sa stratégie globale et sur ses clients. Un ensemble de données qualitatives et quantitatives sont remises au candidat : ressources, contraintes budgétaires, temporelles, informations sur la marque et sur les produits. Il est demandé au candidat d'analyser les informations remises pour concevoir la stratégie marketing digitale de l'entreprise ainsi que ses objectifs.

La stratégie est ensuite présentée à l'oral.

## MODULE 2

### MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DIGITALE

#### A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants d'élaborer et de mettre en place une stratégie digitale globale, à savoir de dépasser le cadre du plan marketing défini pour aller vers plus d'opérationnalité.

#### B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- D'élaborer un plan marketing digital, associé à des indicateurs de performance pour chaque action permettant d'évaluer les réalisations et optimiser les résultats.
- D'évaluer les besoins financiers, humains et organisationnels pour établir le budget alloué au projet digital.
- De sélectionner et mettre en place les outils digitaux permettant de transformer de simples visiteurs en ambassadeurs de la marque.
- De sélectionner les médias sociaux en adéquation avec la stratégie marketing pour gérer l'image de marque et promouvoir les produits.
- D'activer les leviers digitaux les plus pertinents pour garantir des résultats opérationnels mesurables et améliorer la performance.
- De mettre en œuvre des opérations de conquête et de fidélisation clients pour attirer le consommateur.
- De veiller et décrypter les dernières évolutions et tendances du marketing digital pour anticiper les besoins et adapter les actions menées pour améliorer les résultats.
- De piloter la mise en œuvre de la stratégie en ajustant les dispositifs si nécessaire, pour assurer la continuité et le déploiement de celle-ci.

#### C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 2 « Mise en œuvre de la stratégie digitale » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'une étude de cas pratique sur l'élaboration d'un plan marketing digital avec soutenance orale.

À partir de la stratégie élaborée en Module 1, il est demandé au candidat d'élaborer un plan d'actions marketing digital associé à des indicateurs de performance et de détailler les différentes étapes de la mise en œuvre de la stratégie digitale.

Le candidat présente à l'oral son plan d'action détaillé. Il est challengé sur ses choix d'actions ainsi que sur la survenance de risques possible pouvant entraver le pilotage du projet.



## MODULE 3

### ANALYSE DE LA PERFORMANCE DE LA STRATEGIE DIGITALE

#### A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants de mesurer et analyser la performance de la stratégie digitale décidée par le suivi d'indicateurs et l'étude des résultats obtenus.

#### B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- De suivre les différents indicateurs de performance du plan d'action de marketing digital pour vérifier les écarts entre les résultats attendus et ceux obtenus.
- D'analyser le retour sur investissement (ROI) des actions mises en œuvre pour mesurer leur efficacité et améliorer la performance.
- D'analyser les résultats des opérations marketing digital via les outils d'analyse pour suivre les actions réalisées et proposer des axes d'amélioration.
- De prendre en compte dans le pilotage de la stratégie digitale les résultats des études de satisfaction pour rester corrélé à l'expérience client.
- De combiner de manière itérative tests et mesures pour permettre à l'entreprise d'améliorer chacune de ses actions et d'optimiser progressivement l'efficacité globale de sa stratégie marketing digitale.

#### C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 3 « Analyse de la performance de la stratégie digitale » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'une étude de cas pratique sur l'analyse d'une stratégie digitale avec soutenance orale.

Il est remis au candidat un document comportant les résultats (quantitatifs et qualitatifs) d'actions menées par une entreprise ayant mis en place une stratégie digitale depuis quelques mois. Le candidat doit analyser ces résultats et proposer des solutions et des actions pour améliorer la performance de la stratégie.

Le candidat est challengé à l'oral sur les préconisations présentées et les outils à utiliser.

## MODULE 4

### DEVELOPPEMENT ET OPTIMISATION DE LA PRESENCE SUR LE WEB

#### A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants de développer et d'optimiser la présence sur Internet d'une marque, d'une organisation ou d'un événement.

#### B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- De développer un site internet ergonomique et performant en intégrant les innovations technologiques pour faciliter la navigation de l'utilisateur et la rendre attractive.
- De mettre en place et optimiser le référencement du site internet sur les moteurs de recherche pour accroître la visibilité sur internet.
- De réaliser un marketing de contenu en les optimisant par un choix sémantique et par la définition d'une ligne éditoriale pour répondre aux attentes des visiteurs et nourrir les moteurs de recherche.
- D'analyser le comportement des internautes sur le site internet en identifiant des informations utiles pour développer son efficacité et le rendre plus performant.
- D'actualiser et dynamiser son site internet en utilisant un outil de gestion de contenus pour garantir la performance du site en s'inscrivant dans un processus d'amélioration continue.
- De développer sa présence sur les différents médias sociaux pour accroître sa notoriété et son influence auprès des réseaux communautaires.

#### C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module « Développement et optimisation de la présence sur le web » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'une étude de cas pratique sur le développement et l'optimisation d'un site internet avec soutenance orale.

À partir d'un cas d'entreprise remis au candidat décrivant son contexte, l'historique du site internet et une description du comportement des internautes, il lui est demandé :

- D'examiner le site internet et les informations données afin d'y apporter sa propre analyse et ses préconisations pour optimiser le référencement du site.
- De rédiger un article nouveau, en fonction des préconisations établies, pour permettre l'amélioration du site.

Le candidat est challengé à l'oral sur ses préconisations et sur les outils digitaux à utiliser.

## RÈGLEMENT

### CERTIFICAT DE COMPETENCES – MARKETING DIGITAL

#### A. Dispositions générales

**Art. 1** - Le Certificat de compétences Marketing Digital est délivré par le Centre Européen des Examens de la Fédération Européenne Des Ecoles. Il atteste que son titulaire a acquis les connaissances, capacités et compétences telles que visées dans le présent référentiel.

#### B. Référentiel du Certificat de compétences Marketing Digital

**Art. 2** - Le programme du Certificat de compétences Marketing Digital comprend quatre modules thématiques permettant d'obtenir les connaissances, capacités et compétences telles que visées dans le référentiel. Les enseignements et les évaluations correspondantes peuvent être en français et/ou en anglais.

**Art. 3** - Le référentiel fixe les compétences visées et les modalités d'évaluation.

#### C. Modalités de préparation

**Art. 4** - Le Certificat de compétences Marketing Digital est préparé au sein d'un établissement membre de la FEDE, en formation continue. Avant de valider son inscription, chaque participant bénéficie d'un entretien oral de positionnement organisé par l'établissement, pour vérifier l'adéquation de ses attentes et de son projet professionnel avec le contenu de la certification et la durée de la formation.

**Art. 5** - Pour se présenter aux évaluations les apprenants doivent :

Sur le plan administratif :

- être inscrit ou avoir été inscrit dans un établissement d'enseignement membre de la FEDE ;

ET

- être inscrit auprès de la FEDE en vue de l'obtention du Certificat de compétences Marketing Digital;

Sur le plan financier :

- s'être acquitté auprès de la FEDE des droits non sécables d'inscription et d'évaluation, quel que soit le nombre de modules présentés, et exigés au moment de l'inscription, fixés forfaitairement à 90 €.

#### D. Conditions de délivrance

**Art. 6** - Le Certificat de compétences Marketing Digital est délivré par un jury attestant d'une part de la validation de chacun des quatre modules de formation et d'autre part de la maîtrise par le candidat des capacités, compétences, savoir et savoir-faire constitutifs des modules développés dans le référentiel de formation du diplôme. Le jury de certification doit être composé de trois personnes : le formateur référent qui accompagne les participants tout au long de la formation, deux personnes extérieures à la formation appartenant au monde de l'entreprise ou de la formation.

**Art. 7** - Toute fraude, tout plagiat, toute tentative de fraude ou de plagiat dûment constatée correspond à un échec à l'évaluation concernée.

**Art. 8** - L'établissement tient à disposition de la FEDE le descriptif complet du contenu et de l'organisation de la formation et des évaluations.

#### E. Calendrier des évaluations

**Art. 9** - Les évaluations des quatre modules sont réalisées en cours de formation. Elles s'organisent selon l'organisation propre à chaque établissement.



Federation for **ED**ucation in **EU**rope  
Fédération Européenne Des Ecoles  
[www.fede.education](http://www.fede.education)



INGO holding participatory status with the Council of Europe  
*OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe*  
INGO holding consultative status with La Francophonie  
*OING dotée du statut consultatif auprès de La Francophonie*

FEDE - Rue du Rhône, 114 - 1204 Genève - SUISSE  
[www.fede.education](http://www.fede.education) - [fede@fede.education](mailto:fede@fede.education)

Adresse: Résidence DRARGA Appt N°61, 4ème étage,  
Avenue Yaacoub El Mansour, Gueliz, 40000 -Marrakech  
Fixe: +212 524 43 87 68 / Whatsapp: +212 625 88 17 53  
Email: [contact@mmgschool.education](mailto:contact@mmgschool.education)