

Chargé de marketing digital et e-commerce

Bachelor Marketing et Communication digitale

Certifiante

Contrat pro.

Contrat appr.

Formation continue.

Réf. : 25171840F — Mise à jour : 17 avril 2026

Organisme responsable : 301

Contenu

Objectifs

- Maîtriser les principaux leviers du web : site internet, réseaux sociaux, SEO et SEA
- Concevoir et optimiser des sites vitrines ou e-commerce
- Réaliser, piloter et optimiser des campagnes de communication digitale
- Construire une stratégie digitale efficace

Programme

Définir la stratégie de marketing digital et du e-commerce d'un organisme

- Panorama et écosystème du webmarketing et du e-commerce
- Modes et tendances de consommation : analyser les comportements d'achats numériques et physiques
- Réaliser une étude de marché complète : enquêtes qualitatives et quantitatives, analyse des résultats, buyer persona, audit et analyse de la stratégie
- Conquête, conversion et rétention client : parcours client, tunnel de conversion, CRM, gestion de campagnes de retargeting et de fidélisation
- Élaborer une stratégie marketing complète : objectifs SMART, leviers digitaux, budget, RSE

Produire et gérer les supports numériques nécessaires à la réalisation d'un plan d'action

- Fondamentaux du web et du e-commerce : comprendre les bases techniques du web et du commerce en ligne
- Optimiser la visibilité d'une marque en ligne : SEO, SEA, SMO
- Préparation d'une campagne marketing digital 360 : phases de la campagne, rétroplanning, KPIs, ROI
- Gestion de projet collaborative
- Gestion des réseaux sociaux : gérer et animer des comptes professionnels
- Conception de contenus : créer des supports attractifs adaptés aux canaux
- UX et UI design : améliorer l'expérience utilisateur et concevoir des interfaces intuitives, ergonomie et navigation web
- Maquettage site web : concevoir des prototypes interactifs (Figma)
- CMS e-commerce : créer et gérer un site de e-commerce : CMS (WordPress), produit/paiements/logistique et intégration de pluggins

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

- Culture économique et financière : élaborer un budget marketing, ROI et suivi des coûts
- Suivi et analyse de la performance, préconisations d'améliorations : mesurer l'impact des actions marketing
- Gestion de projet collaborative – Outils, Suivi et Coordination d'Équipe
- Ticketing : comprendre son rôle dans la gestion de projet et la relation client, apprendre à configurer et utiliser un outil, suivre et optimiser la gestion des demandes

- Data visualisation et reporting : collecter, analyser et visualiser des données marketing, maîtriser les outils de data visualisation, reporting
- Techniques pour une argumentation structurée et pour une négociation appliquée au marketing digital et à l'e-commerce

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
2013415	Présentiel	Cesson-Sévigné	30/09/2025	30/07/2026
2013416	Présentiel	Cesson-Sévigné	30/09/2025	30/07/2026

Source : GREF Bretagne #25171840F