

Chargé de marketing digital et e-commerce

Bachelor CPEB

Certifiante

Contrat appr.

Réf. : 25173103F — Mise à jour : 1 juillet 2025

Organisme responsable : **AREP 29**

Contenu

Objectifs

Réaliser des études quantitatives et qualitatives

Segmenter les clients et prospects de l'activité (B2B et B2C) en analysant les informations recueillies en interne

Réaliser un SWOT de la communication de l'activité en identifiant les forces et les faiblesses de la stratégie actuelle et les opportunités et menaces du diagnostic externe

Choisir les leviers digitaux 360 inbound et outbound marketing à activer à chacune des phases du tunnel de conversion

Calculer les investissements et les ressources internes et externes nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie de marketing digital

Construire des tableaux de bord prévisionnels de suivi de la performance

Créer la maquette du site interne

Créer des comptes professionnels sur les plateformes sociales

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.

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

Faciliter l'UX (expérience utilisateur) en mettant en œuvre des techniques adaptées à tous publics, notamment aux personnes en situation de handicap, favorisant la génération de leads pour générer un accroissement du chiffre d'affaires et une fidélisation de la clientèle dans le respect des réglementations.

- Instaurer un climat de confiance avec les visiteurs en sécurisant le site et en vérifiant régulièrement son degré de sécurité pour favoriser le trafic, le temps passé, l'acte d'achat et le paiement en ligne en toute sérénité.
- Mettre à jour régulièrement l'éditorial du site en publiant du contenu actualisé, corrigeant les erreurs, actualisant les informations, dans le respect des réglementations, pour optimiser le référencement naturel (SEO) afin de générer du trafic et fidéliser les clients.
- Interpréter le ROI et les ratios de la performance indiqués dans les tableaux de bord de suivi en identifiant les écarts pour prendre, avec les services opérationnels concernés, des décisions rapides et durables en fonction des résultats de chacune des campagnes menées.
- Réaliser les ajustements nécessaires en vérifiant les impacts des campagnes menées au regard des objectifs fixés pour optimiser les résultats de façon responsable.
- Mettre en place un ou plusieurs outils de communication inclusifs en choisissant

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Aucun prérequis

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
2023500	Présentiel	Brest	01/09/2025	29/06/2026

Source : GREF Bretagne #25173103F