

K.K

KONIG FORMATION

Formation

**Responsable marketing digital
stratégique et opérationnel**

—
✉ contact@konigformation.com

Formation

Élaborer et déployer une stratégie de communication digitale

Pourquoi suivre cette formation ?

Dans un environnement numérique en constante évolution, les entreprises doivent s'adapter aux nouveaux comportements des consommateurs et aux technologies émergentes pour rester compétitives. La communication digitale ne se limite plus à une simple présence en ligne : elle devient un levier stratégique essentiel pour capter, convertir et fidéliser les clients.

La formation adopte une approche professionnalisante, mêlant théorie, outils opérationnels et études de cas concrets. Elle permet aux apprenants d'élaborer un plan de communication digitale complet, de maîtriser les leviers d'acquisition et de conversion, et de produire des contenus pertinents adaptés à différents canaux

Public visé

Professionnels en poste ou en situation de recherche d'emplois souhaitant maîtriser les compétences nécessaires à la mise en place et au suivi d'une stratégie de marketing digital

Objectifs pédagogiques

- Élaborer un plan de communication digitale en concevant des plateformes facilitant la gestion de la communication digitale
- Traduire la stratégie marketing digital et communication en objectifs quantifiables et mesurables
- Modéliser un parcours client en ligne depuis la prise de conscience jusqu'à la fidélisation
- Définir les canaux digitaux et les contenus édités en intégrant des pratiques durables et en minimiser l'impact environnemental
- Concevoir une stratégie de conversion des prospects en déterminant les choix d'investissement à réaliser (SEO, SEA, SMO)

Types d'emplois accessibles

- Chargé de projet marketing digital
- Chargé de marketing et communication digitale
- Chargé de projet e-commerce
- Chef de projet marketing digital
- Responsable marketing digital stratégique et opérationnel
- Après quelques années, il peut être amené à évoluer vers les postes suivants :
 - Responsable de l'innovation
 - Consultant en marketing digital

Général

En ligne

Durée : 40h - Tarif : 3200 €

Code RNCP : RNCP-40870-BC02

Certificateur : ECAD CONSULTANTS

Date d'échéance de l'enregistrement : 25-06-2027

Public

Personne souhaitant se former pour :

- un premier emploi
- une reconversion professionnelle
- une montée en compétence

Financement

CPF

France Travail

OPCO

En 1 à 4 fois

Délais & Inscription

Inscription toute l'année. Délais : 14 jours ouvrables.

Pour vous inscrire, rendez-vous sur formasynergie.fr

[Contactez-nous](#)

Secteurs d'activités

Toute entreprise ou administration publique soucieuse de sa visibilité en ligne (entreprises du e-commerce, agences...)

Les secteurs employant un très grand nombre de Responsable marketing digital stratégique et opérationnel sont : le commerce de gros, les agences de marketing et de publicité, le tourisme, les agences bancaires et d'assurance, les entreprises liées aux technologies et à l'informatique.

Prérequis


- **Entrée avec un niveau 6 : Être titulaire d'une certification de niveau 6 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...).**
 - Ou avoir validé 180 crédits ECTS dans le domaine visé ou un domaine proche (marketing, sciences de gestion, management, communication...).
 - Ou être titulaire d'une certification de niveau 6 ou d'un diplôme équivalent dans un autre domaine de formation/métier que celui de la certification visée, et justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 12 mois dans le secteur visé.
- **Entrée avec un niveau 5 : Être titulaire d'une certification de niveau 5 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...).**
 - Ou avoir validé 120 crédits ECTS dans le domaine visé ou un domaine proche (marketing, sciences de gestion, management, communication...)
 - et justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 12 mois dans le secteur visé.
 - Ou être titulaire d'une certification de niveau 5 ou d'un diplôme équivalent dans un autre domaine de formation/métier que celui de la certification visée, et justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 24 mois dans le secteur visé.
- **Entrée avec un niveau 4 : Être titulaire d'une certification de niveau 4 (type bac, DAEU) ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...).**
 - Et justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 48 mois dans le secteur visé.


Prérequis techniques

- Un ordinateur ou une tablette
- Une connexion Internet stable
- Un casque ou des écouteurs avec microphone intégré
- Une webcam intégrée ou externe
- Un navigateur web à jour comme Chrome, Firefox ou Edge
- Un espace calme pour suivre les cours et participer aux visioconférences

Une formation en ligne & interactive

Vous disposerez d'un accès personnel à la plateforme d'apprentissage en ligne 24/7 depuis un ordinateur, tablette ou mobile.

 **Les contenus de cours** : cours en ligne mis à jour régulièrement, vidéos et audios de cours consultables en ligne.

 **Les exercices d'évaluation** : questionnaires à choix multiples (QCM) et études de cas pratiques lors des cours collectifs.

Les + de la formation



**Référent
pédagogique en
cas de besoin**



**Cours collectifs
avec un formateur
expert**



**Inscription
toute l'année**



**Groupe d'échanges
entre apprenants**



**Formation
certifiante**

Accessibilité

Les personnes en situation de handicap sont priées de nous consulter, pour évaluer ensemble un dispositif adapté.



Zoom métier

Mission : Déploiement d'une campagne de marketing digital



Le ou la professionnel·le met en œuvre des actions de marketing digital pour promouvoir une offre, développer la visibilité d'une organisation et attirer de nouveaux prospects.

Il ou elle utilise différents leviers numériques pour créer et diffuser des contenus, animer les réseaux sociaux et piloter des campagnes de communication en ligne.

Grâce à l'analyse des résultats obtenus, il ou elle optimise les actions menées afin d'améliorer les performances et d'atteindre les objectifs fixés.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Introduction

- Le dossier professionnel
- Les attendus :
 - Les objectifs et exigences du dossier
- Construction :
 - Les étapes pour la rédaction du dossier
- Formalisme :
 - Format, présentation et structuration attendus
- Objet d'études :
 - Définition et choix du sujet à traiter dans le dossier

MODULE 1 - Élaborer un plan de communication digitale

Partie 1 : Définir les objectifs de communication digitale

- Comprendre les objectifs de communication en lien avec les objectifs marketing
- Identifier les cibles prioritaires de communication
- Choisir les indicateurs de performance de la communication

Partie 2 : Élaborer un message clair et pertinent

- Structurer un message selon les cibles
- Adapter le ton et le style à l'audience visée
- Aligner le message avec l'image de marque et les objectifs de campagne

Partie 3 : Construire un plan de communication multicanal

- Choisir les canaux adaptés aux cibles : réseaux sociaux, emailing, site web, presse...
- Définir le calendrier de diffusion
- Articuler les canaux pour créer une communication cohérente

Partie 4 : Formaliser le plan de communication

- Synthétiser les objectifs, messages, canaux et timing
- Présenter le plan sous un format opérationnel : tableau, dossier
- Préparer la diffusion interne du plan auprès des parties prenantes

MODULE 2 - Traduire la stratégie marketing digital et communication digitale en brief créatif

Partie 1 : Comprendre le rôle du brief créatif dans le déploiement de la stratégie

- Définir ce qu'est un brief créatif et son utilité
- Identifier les destinataires du brief : équipe créative, agences, prestataires
- Analyser les liens entre stratégie marketing globale et contenu opérationnel à produire

Partie 2 : Recueillir les informations nécessaires à la rédaction du brief

- Identifier les éléments clés : cible, objectif, message, contraintes
- Recueillir les données issues du plan marketing et des études clients
- Analyser le contexte du marché et de la marque

Partie 3 : Structurer le brief créatif

- Rédiger les différentes sections du brief : contexte, problématique, objectifs, ton, livrables
- Définir les contraintes techniques, budgétaires et temporelles
- Mettre en forme un document clair et synthétique

PROGRAMME DE LA FORMATION

Partie 4 : Adapter le brief aux différents supports et canaux

- Personnaliser le brief en fonction des canaux : réseaux sociaux, print, vidéo, emailing...
- Faire évoluer le brief selon les retours et les ajustements stratégiques
- Préparer une version collaborative pour les échanges avec les parties prenantes

Accompagnement à la rédaction du dossier professionnel :

- Répondre aux interrogations potentielles
- Faire un point d'avancement
- Mettre en place des actions correctives le cas échéant

MODULE 3 - Modéliser un parcours client en ligne

Partie 1 : Comprendre le concept de parcours client

- Définir ce qu'est un parcours client dans un environnement digital
- Identifier les différentes étapes : prise de conscience, considération, décision, fidélisation
- Analyser les comportements utilisateurs à chaque étape

Partie 2 : Cartographier les points de contact digitaux

- Lister les canaux utilisés par les clients : site web, réseaux sociaux, email, chat, etc.
- Identifier les moments clés d'interaction
- Détecter les points de friction ou de rupture dans l'expérience client

Partie 3 : Analyser et optimiser l'expérience utilisateur (UX)

- Observer les parcours actuels via des outils d'analyse : Google Analytics, heatmaps...
- Mesurer la fluidité, la simplicité et la pertinence des interfaces
- Formuler des recommandations UX pour faciliter la navigation et renforcer la conversion

Partie 4 : Représenter visuellement le parcours client

- Utiliser des outils de modélisation : customer journey map, experience map
- Construire une visualisation synthétique du parcours selon les profils cibles
- Intégrer des données chiffrées : KPIs, taux de conversion

MODULE 4 - Définir les canaux digitaux et les contenus éditoriaux associés

Partie 1 : Identifier les canaux digitaux adaptés à la stratégie

- Lister les principaux canaux digitaux : site web, réseaux sociaux, email, SEO, SEA, etc.
- Analyser la pertinence de chaque canal selon les cibles et les objectifs
- Croiser les canaux en fonction du parcours client et de la temporalité des campagnes

Partie 2 : Définir les rôles et spécificités de chaque canal

- Comprendre l'usage et les formats propres à chaque canal : story, post, vidéo, landing page...
- Positionner les canaux selon leur vocation : notoriété, captation, conversion ou fidélisation
- Associer un ton éditorial et des indicateurs spécifiques à chaque levier

Partie 3 : Élaborer une stratégie de contenus éditoriaux

- Définir une ligne éditoriale alignée sur l'image de marque
- Segmenter les contenus selon les audiences et les canaux
- Planifier les contenus dans un calendrier éditorial : content planning

PROGRAMME DE LA FORMATION

Partie 4 : Optimiser les contenus pour le digital

- Appliquer les bonnes pratiques rédactionnelles web : clarté, concision, SEO
- Intégrer des éléments visuels adaptés : images, vidéos, infographies
- Prévoir des appels à l'action efficaces : Call-to-Action (CTA)

Accompagnement à la rédaction du dossier professionnel :

- Répondre aux interrogations potentielles
- Faire un point d'avancement
- Mettre en place des actions correctives le cas échéant

MODULE 5 - Concevoir une stratégie de conversion des prospects en clients

Partie 1 : Comprendre le processus de conversion digitale

- Définir les étapes de la conversion : de l'intérêt à l'acte d'achat
- Identifier les freins à la conversion : manque de confiance, friction, mauvaise UX
- Analyser le tunnel de vente (funnel) dans une logique de performance

Partie 2 : Mettre en œuvre les leviers de conversion

- Optimiser les landing pages : structure, message, formulaire, CTA
- Utiliser l'email marketing pour nourrir les leads : nurturing
- Déployer des campagnes de retargeting pour relancer les prospects

Partie 3 : Personnaliser l'expérience utilisateur

- Segmenter les audiences pour proposer des offres ciblées
- Adapter les messages et les visuels aux besoins spécifiques des personas
- Exploiter le marketing automation pour automatiser les actions selon le comportement utilisateur

Partie 4 : Suivre et améliorer la performance des dispositifs de conversion

- Mettre en place des KPIs : taux de conversion, taux d'abandon, coût par lead
- Analyser les parcours de navigation pour détecter les points de sortie
- Ajuster les leviers et les contenus en fonction des résultats observés

Détails des classes collectives

- Module 1 : Élaborer un plan de communication digitale
- Module 2 : Traduire la stratégie marketing digital et communication digitale en brief créatif
- Module 3 : Modéliser un parcours client en ligne
- Module 4 : Définir les canaux digitaux et les contenus éditoriaux associés
- Module 5 : Concevoir une stratégie de conversion des prospects en clients

MODALITÉS DE SANCTION DE L'ACTION DE FORMATION

Élaborer et déployer une stratégie de communication digitale

1. Certificateur et certification

- **Certificateur** : ECAD CONSULTANTS
- **Certification** : RNCP-40870-BC02 - Élaborer et déployer une stratégie de communication digitale

2. Inscription à la certification

L'inscription à la certification est réalisée en interne par le service administratif. L'apprenant recevra une convocation afin de présenter son dossier professionnel devant le jury.

3. Epreuve de certification

Le certificat de compétences est obtenu par la validation de l'épreuve de certification.

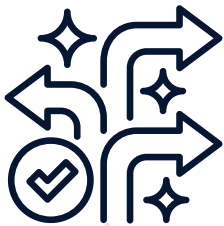
A partir d'un cas réel ou fictif d'élaboration, d'évaluation de la performance et de déploiement d'une stratégie de marketing digital, le candidat rédige un dossier professionnel où il :

- Présente le plan de communication digital conçu
- Propose une déclinaison des objectifs stratégiques en indicateurs opérationnels
- Présente son système de modélisation du parcours client
- Expose les canaux choisis ainsi que des exemples de messages

4. Passage de la certification

Il s'agit d'une E-certification. La certification se déroule à distance, en visio sur Teams.

- La partie examen théorique est un QCM qui à lieu sur la dernière heure de cours
- La présentation du dossier professionnel se déroule en visioconférence sur Teams



Étape 1 : le choix de votre parcours

Un conseiller de formation vous contacte, et vous guide au mieux dans votre choix de parcours

C'est la première communication, soyez vous-même, il n'y a pas de limites à votre projet ! Faites part de toutes vos envies à votre conseiller et comptez sur lui pour vous trouver la formation qui vous convient et mener à bien votre projet.



Étape 2 : l'inscription

Vous avez choisi votre parcours, c'est l'heure de votre inscription

Votre conseiller vous accompagnera pas à pas tout au long du processus d'inscription et de financement pour vous faciliter la tâche !

Cela ne prend que quelques minutes et l'inscription est parfaitement sécurisée !



Étape 3 : le démarrage de la formation

Le début d'une belle aventure à vos côtés

Un rendez-vous découverte est mis en place avec votre coach attiré avant de commencer votre formation. Ce RDV vous permet de découvrir la plateforme ainsi que le déroulement de votre formation.



Étape 4 : votre bilan pédagogique

Félicitations ! Vous avez terminé votre parcours de formation.

Recevez l'attestation de compétences, faites le point avec votre coach et inscrivez-vous à la certification.

Vous êtes prêt à gravir les échelons !

Nos solutions de financement



CPF, prise en charge jusqu'à 100%

Si vous êtes en recherche d'emploi ou en reconversion professionnelle, vous pouvez mobiliser votre CPF pour financer votre formation dans la limite de vos droits.



France Travail, prise en charge jusqu'à 100%

Pour votre recherche d'emploi ou votre reconversion professionnelle, France Travail peut financer votre formation.



Une financement simplifié.

Pour les financements avec vos fonds propres, vous pouvez bénéficier de facilités de paiement. Maîtrisez le coût de votre formation en la finançant en 1 à 4 fois.

Notre formule

- Accompagnement collectif avec un formateur expert
- Accompagnement à la réalisation du dossier professionnel
- Référent pédagogique à la demande en cas de besoin
- Accompagnement à l'installation
- Application disponible sur Store (téléphone, tablette...)
- Certification enregistrée chez France Compétences

Formule Opérationnel

3200 €

Vidéos, cas pratiques, quiz évaluatifs



- **8h** d'E-learning
- **32h** de cours collectifs (dont **4 heures** d'accompagnement au dossier professionnel)

K.K

KONIG FORMATION

Notre équipe est à votre écoute !

Nos formations peuvent bénéficier d'aides
au financement. Notre équipe vous accompagne
dans les démarches.

[konigformation.com](https://www.konigformation.com)