

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES ET D'ÉVALUATION « MARKETER L'E-COMMERCE »

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS ET DE COMPÉTENCES		RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION		
ACTIVITÉS ET TÂCHES	COMPÉTENCES ASSOCIÉES AUX ACTIVITÉS ET TÂCHES	COMPÉTENCES ÉVALUÉES	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Activité 1 : Gérer le référencement internet de la structure (SEO - Search Engine Optimisation).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assurer le référencement naturel. - Mener des campagnes de référencement. - Contrôler la visibilité et la E-réputation de la structure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer les différentes méthodologies assurant le référencement naturel d'un site internet en adoptant une méthodologie de référencement adaptée à une cible marketing (produit et/ou public) définie afin d'assurer une visibilité optimale de la signature web de la structure. • Distinguer les différentes natures d'informations fournies par les outils digitaux 2.0 afin d'identifier et d'extraire les données pertinentes au regard des objectifs de son plan marketing digital. 		<ul style="list-style-type: none"> • Mise en situation professionnelle face au jury. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat distingue les différents outils 2.0 permettant de mener des campagnes de référencement. • Le candidat met en œuvre les outils de référencement 2.0 en fonction des objectifs prévus par le plan marketing digital. • Le candidat recueille sur le web des informations ciblées en combinant plusieurs critères de recherche.
<p>Activité 2 : Organiser et mener des campagnes de marketing digital direct.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recueillir, analyser et exploiter les données générées par la fréquentation du site web de la structure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger et publier du contenu éditorial à l'aide d'un outil de création de newsletter numérique afin de les expédier à l'aide d'un logiciel d'Emailing vers une audience sélectionnée, en tenant compte des obligations et contraintes relatives à la protection des données personnelles. 		<ul style="list-style-type: none"> • Mise en situation et entretien professionnel face au jury. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat détaille le processus de rédaction et de publication d'une newsletter numérique. • Le candidat rédige un Emailing en fonction de cibles marketing définies. • Le candidat sélectionne des contacts pertinents dans une base de données.

<ul style="list-style-type: none"> - Concevoir et mettre en œuvre des Emailing. - Concevoir et publier des Newsletter. <p>Activité 3 : Publier du contenu sur internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alimenter les supports web de la structure (site internet, blog, comptes sur les réseaux sociaux). - Communiquer sur les réseaux sociaux (commenter des publications, répondre aux commentaires, échanger via les messageries, chat, forums...). - Publier via des sites web partenaires. 	<ul style="list-style-type: none"> • Communiquer sur un réseau en identifiant au préalable la nature des informations à communiquer, en respectant les règles de la communication et de la publicité sur Internet et en appliquant les règles de base en matière de paramétrage et de sécurité des applications de réseaux sociaux. • Publier du contenu sur internet en identifiant au préalable la nature des informations à communiquer, en respectant les règles de la communication et de la publicité sur Internet et en appliquant les règles de base en matière de paramétrage et de sécurité des sites webs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en situation et entretien professionnel face au jury. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat situe les créneaux temporels pertinents pour communiquer en ligne. • Le candidat énonce les règles relatives à la protection des données personnelles dans le cadre de son activité de marketing digital direct. • Le candidat distingue les différents réseaux sociaux en termes de fréquentation, de profil d'abonnés, de visibilité, d'interface et d'ergonomie. • Le candidat applique les usages de la Netiquette dans sa communication en ligne. • Le candidat détaille le processus de publication de contenu sur un site web et énonce les points de vigilance à respecter en matière de sécurité et de Netiquette.
--	---	--	---

<p>Activité 4 : Animer le plan webmarketing de la structure.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Élaborer ses objectifs en fonction du plan marketing global de la structure. - Définir les actions et les moyens à mettre en place. - Structurer et rédiger son plan marketing digital. - Présenter et défendre son plan marketing digital auprès de la direction de la structure. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir un plan marketing adapté aux outils 2.0 en tenant compte des objectifs définis par la structure et en y intégrant les moyens numériques à mobiliser (hardware/software) afin de diffuser les informations définies vers les publics cibles déterminés. • Présenter au comité de direction de la structure le plan webmarketing en argumentant ses choix, en traitant les objections afin de pouvoir le faire valider par la gouvernance de la structure et de le mettre en œuvre à l'issue. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entretien technique face au jury. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat détaille les éléments constitutifs d'un plan webmarketing. • Le candidat sélectionne les outils 2.0 en fonction des cibles qui lui sont proposées. • Le candidat présente et argumente ses choix en fonction d'objectifs donnés.
---	--	---	--