

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

CCI BAYONNE- CENTRE
CONSULAIRE FORMATION
EMISA - CCI FORMATIONS BAYONNE
05.59.46.58.03
emisa@bayonne.cci.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Dossier
Tests
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Niveau 5 : DEUG, BTS, DUT, DEUST
(Niveau 5 européen)

Conditions d'accès :

Les candidats doivent être titulaires d'un titre de niveau 5 (anciennement niveau 3) ou d'un diplôme national de niveau BAC+2 (BTS, DUT etc.) ou justifier au minimum de 3 années d'expérience professionnelle en lien avec la certification. Un comité d'étude se réunit pour examiner les candidatures.

Prérequis pédagogiques :

Le candidat doit être autodidacte, il doit avoir une utilisation courante de l'informatique. Il doit avoir un bon niveau de culture générale web. Il doit pratiquer l'anglais à l'oral et à l'écrit (lire, comprendre des textes courts, poser des questions simples et exprimer ses opinions). Le candidat doit aimer travailler en équipe, il doit être curieux et plein de motivation pour suivre cette formation intense.

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

• Acquérir une double compétence en webmarketing et conception web. Le chef de projet web et stratégie digitale prend en charge la responsabilité du projet web de l'entreprise, avec le double objectif marketing et fonctionnel. Il est capable d'intégrer la rigueur et les fonctionnalités techniques, en respectant les contraintes commerciales, tout en répondant aux attentes de l'entreprise et du client. • Sa mission est de coordonner et piloter les équipes (webdesigners, rédacteurs, référents informatiques, webmarketeurs) dans le but d'aboutir à la livraison de livrables de qualité, dans le respect des délais et de la charge.

Contenu et modalités d'organisation

• Réaliser une étude de marché en identifiant l'offre, la demande, la taille du marché, son environnement et ses contraintes, afin de vérifier les opportunités de lancement d'une activité, valider ou invalider les hypothèses, identifier la stratégie de différenciation et minimiser les risques. • Étudier la concurrence en réalisant un benchmark qui contient les audits fonctionnels, techniques et l'étude de la stratégie digitale afin d'identifier les points forts et les points faibles des concurrents. Segmenter le marché selon les variables de l'entreprise en analysant les cibles et leur comportement d'usage d'outils numériques afin d'identifier le profil type, le cœur de cible, les cibles secondaires et les cibles relais. • Définir le positionnement et la stratégie de différenciation d'une entreprise sur internet en se basant sur la technologie, l'image de marque, les canaux de distribution, les services associés afin d'obtenir un avantage concurrentiel. • Mettre en place des indicateurs de performance (KPI) en identifiant les indicateurs à suivre afin de mesurer l'efficacité d'une action web marketing et le retour sur l'investissement. • Définir le positionnement de l'entreprise sur les réseaux sociaux en identifiant les plateformes sur lesquelles l'entreprise sera présente afin d'optimiser la communication et toucher la cible visée. • Analyser les cibles sur les réseaux sociaux et cibler l'audience en étudiant les variables socio-démographiques et les habitudes d'utilisation afin de gagner en efficacité. • Concevoir un retro planning des publications sur les réseaux sociaux en élaborant la stratégie éditoriale, en identifiant le type de contenu, la fréquence et les horaires de publication, afin d'adapter le message et l'objectif de communication en fonction de la cible visée. • Gérer une crise sur les réseaux sociaux en anticipant les différents scénarios afin d'amorcer les conflits et améliorer l'e-réputation de l'entreprise. • Mettre en place les indicateurs de performance sur les réseaux sociaux en identifiant les indicateurs à suivre afin de mesurer le retour sur l'investissement. • Réaliser un audit de référencement naturel (SEO) d'un site web en identifiant les données techniques et le degré d'optimisation SEO on et off site, afin de

...
Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Non renseigné**

Validation(s) Visée(s)

Chef de projet web et stratégie digitale - Niveau 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

Et après ?

Suite de parcours

Chef de projet web et stratégie digitale

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00497462	du 22/10/2024 au 26/09/2025	Bayonne (64)	CCI BAYONNE- CENTRE CONSULAIRE FORMATION		MON COMPTE FORMATION	FPC