



ICDL – Marketing Numérique

Ce module présente les notions et compétences essentielles et relatives aux fondamentaux du Marketing Numérique.

Objectifs du module

Les candidats qui réussiront ce module seront capables de:

- 📌 Comprendre les concepts clés du marketing numérique, y compris les avantages, les limites et la planification.
- 📌 Comprendre les différentes options de présence sur le Web et comment sélectionner les mots-clés appropriés pour l'optimisation des moteurs de recherche.
- 📌 Reconnaître les différentes plates-formes de réseaux sociaux, mettre en place et utiliser des plates-formes communes.
- 📌 Comprendre comment une gestion efficace des réseaux sociaux facilite la promotion et favorise la génération de prospects.
- 📌 Utiliser un service de gestion des réseaux sociaux pour planifier les messages et mettre en place des notifications.
- 📌 Comprendre diverses options de marketing et de publicité en ligne, y compris les moteurs de recherche, e-mail et marketing mobile.
- 📌 Comprendre et utiliser les services d'analyse pour suivre et améliorer des campagnes

Liste des leçons

❖ 1 - Concepts du Marketing Numérique

Concepts clés

- Comprendre le terme Marketing Numérique
- Définir les différents éléments du marketing numérique tels que : le marketing de contenu, le marketing des réseaux sociaux, l'e-mail marketing, le marketing mobile, le marketing d'affiliation, le marketing des moteurs de recherche (SEM), l'optimisation des moteurs de recherche (SEO), l'affichage publicitaire, l'analyse.
- Identifier les objectifs typiques lors de l'utilisation du marketing numérique tels que : meilleure notoriété de la marque, génération de prospects, génération de ventes, information des clients, amélioration du service à la clientèle, engagement direct des clients, génération de trafic.
- Comprendre les avantages du marketing numérique tels que : plus rentable, plus facile pour suivre et mesurer les progrès, une plus grande portée démographique, un plus grand engagement par rapport au marketing traditionnel, la restauration pour les clients mobiles.
- Comprendre les limites du marketing numérique telles que : le manque d'interaction face à face, peut être envahissant, l'engagement de temps pour le gérer professionnellement, peut ne pas convenir à votre produit.
- Reconnaître les principales obligations légales et réglementaires en matière de marketing numérique dans votre pays.

Planification

- Comprendre les principaux éléments d'une stratégie de marketing numérique tels que : alignement sur les objectifs d'affaires et les objectifs de marketing, identification du public cible, analyse des concurrents, sélection de plates-formes appropriées, planification et création d'une stratégie, allocation des budgets, reportage.
- Reconnaître la nécessité d'une présence en ligne cohérente et conforme à l'identité visuelle et au design de l'entreprise.
- Reconnaître les types de contenus utilisés pour stimuler le trafic et améliorer l'engagement tels que : les infographies, memes, vidéos, guides, revues de produits, témoignages, listes, livres blancs.
- Comprendre l'importance de la mise en place de politiques et de contrôles d'accès pour le personnel utilisant les comptes de marketing numérique de l'entreprise.

❖ 2 - Présence Web

1. Options pour la présence Web

- Comprendre les solutions possibles de présence Web telles que : annuaire d'entreprises, réseaux sociaux, sites Web d'information, blog, site de commerce électronique, site mobile, application Web, application mobile.
- Décrire les étapes typiques pour créer une présence web comme par exemple : enregistrer une adresse de site Web appropriée, s'inscrire à un service d'hébergement de site Web, concevoir et construire votre site, promouvoir votre site.
- Comprendre le terme système de gestion de contenu (CMS).

2. Considérations relatives au site Web

- Comprendre les principales parties d'un site Web telles que : la page d'accueil, l'entreprise et les coordonnées, les actualités, les services/la description du produit, la recherche, les facilités du commerce électronique, le plan du site.
- Comprendre les termes de conception de sites Web tels que : interface utilisateur (UI), expérience utilisateur (UX), conception réactive, accessibilité, optimisation des performances, compatibilité avec les navigateurs.
- Reconnaître les bonnes pratiques en matière de création de contenu de sites Web, telles que : ciblage de l'audience, clarté et concision, utilisation de mots-clés, cohérence de la marque, qualité des images et des vidéos, mise à jour régulière.
- Reconnaître les différentes méthodes de promotion d'un site web telles que : les réseaux sociaux, la publicité en ligne, les liens entrants, l'e-mail marketing, la soumission de votre site web à un annuaire/moteurs de recherche, la signature e-mail, le matériel marketing physique.

3. Optimisation pour les moteurs de recherche

- Comprendre le terme d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO).
- Comprendre le terme mot-clé. Créez une liste de mots-clés qui peuvent être utilisés pour optimiser le contenu d'un site Web, une plateforme de réseaux sociaux.
- Comprendre les termes titre de page, URL, balise de description, meta tag, en-têtes, texte alternatif et leur importance pour le SEO.

❖ 3 - Configuration des réseaux sociaux

1. Plateformes de média sociaux

- Comprendre le terme plate-forme de réseaux sociaux et identifier les principales utilisations de certaines plateformes communes.
- Comprendre les éléments communs des campagnes de marketing des réseaux sociaux tels que : choisir les plateformes appropriées pour le public cible, planifier et créer le contenu approprié, suivre la campagne, évaluer les performances de la campagne.

2. Comptes des réseaux sociaux

- Comprendre le terme profil des réseaux sociaux. Distinguer entre les différents types de profils : personnel, entreprise, groupe, événement.
- Créer, éditer des informations de profil professionnel sur les réseaux sociaux tels que : biographie, images, URL, coordonnées, catégorie.
- Comprendre les actions des réseaux sociaux telles que : post, commentaire, partage, aime, tag, hashtag.
- Créer, modifiez, supprimez un message sur un profil de réseau social tel que : actualités, événement, sondage, offre.

❖ 4 - Gestion des réseaux sociaux

1. Services de gestion des réseaux sociaux

- Comprendre le terme "service de gestion des réseaux sociaux" et identifier certains services courants de gestion des réseaux sociaux.
- Comprendre la durée de l'affectation prévue. Planifiez un poste.

2. Activités de marketing et promotion

- Comprendre le terme influenceurs. Reconnaître l'importance de communiquer avec eux.
- Comprendre le terme public cible. Reconnaître l'importance d'optimiser votre contenu en fonction de vos besoins.
- Comprendre le terme marketing vidéo. Reconnaître son importance dans les campagnes promotionnelles en ligne.
- Comprendre les modalités de révision, de recommandation. Reconnaître leur importance dans la promotion de votre entreprise à travers les réseaux sociaux.
- Comprendre le terme de réducteur d'URL. Utilisez un raccourci URL pour suivre les liens.
- Comprendre le terme viral. Reconnaître son importance dans une campagne promotionnelle et les éléments qui peuvent contribuer au succès tels que : l'humour, l'originalité, la résonance avec le public, générer une discussion.
- Reconnaître les bonnes pratiques en matière de création de contenus de réseaux sociaux attrayants tels que : publier régulièrement, publier des contenus pertinents, rechercher des blogs et des entreprises pertinents, publier des concours, utiliser des images et des vidéos, etc.

3. Engagement génération de prospects et vente

- Décrire les bonnes pratiques en marketing des réseaux sociaux telles que : une réponse opportune et appropriée aux commentaires/plaintes, prendre certaines demandes hors ligne.
- Configurez des notifications sur un profil de réseau social pour alerter lorsque le profil a été mentionné ou qu'un commentaire a été ajouté au profil.
- Comprendre le terme d'appel à l'action et identifier des exemples courants tels que : obtenir une cotation, s'inscrire, acheter maintenant, télécharger l'application. Reconnaître son importance dans la génération de prospects via les plateformes de réseaux sociaux.

❖ 5 - Marketing et publicité en ligne

1. Publicité en ligne

- Identifiez quelques exemples courants de plateformes de marketing par moteur de recherche (SEM).
- Identifiez quelques exemples courants de plateformes publicitaires en ligne.
- Comprendre différents types de publicité en ligne tels que : flottant, pop-up, vidéo, image, bannière texte.
- Comprendre le terme poste parrainé. Reconnaître son importance pour accroître l'interaction et l'engagement sur les réseaux sociaux.

2. E-Mail Marketing

- Identifiez quelques exemples courants de plateformes d'e-mail marketing.
- Créer un compte dans une application d'e-mail marketing.
- Créer, modifier, supprimer une liste de contacts dans une application d'e-mail marketing.
- Créer une campagne, sélectionner un modèle dans une application d'e-mail marketing.
- Envoyer, planifier un email dans une application d'e-mail marketing.
- Comprendre les termes "opt-in" et "opt-out".

3. Marketing Mobile

- Décrire quelques raisons pour utiliser le marketing mobile comme par exemple : l'accès à plus de clients, cibler les clients en fonction de la localisation
- Comprendre le terme application mobile. Comprendre comment les applications mobiles peuvent être utilisées pour promouvoir une entreprise ou un service, offrir des services, générer des ventes.
- Décrivez quelques considérations pour une campagne de marketing mobile comme : créer un site web mobile convivial, personnaliser les mots-clés pour mobile, adapter vos publicités pour mobile.
- Comprendre les options pour la publicité mobile telles que les : publicités vidéo, annonces de recherche, annonces d'affichage, publicités sur les réseaux sociaux, annonces d'application.

❖ 6 - Analytique

1. Démarrage

- Comprendre le terme analytique. Reconnaître l'importance d'analyser la performance d'une campagne de marketing numérique.
- Créer un compte dans un outil d'analyse.
- Établir un rapport d'analyse pour une campagne : site web, médias sociaux, e-mail marketing, publicité. Exportez un rapport sous forme de fichier .csv.
- Planifiez un e-mail de rapport d'analyse : site web, réseaux sociaux, e-mail marketing, publicité.
- Comprendre la notion de test de fractionnement. Reconnaître son importance pour mesurer le succès des campagnes telles que l'e-mail marketing, la publicité en ligne.

2. Analytique Web

- Comprendre le terme trafic web et l'importance d'attirer un trafic web de qualité.
- Comprendre les termes communs d'analyse tels que : visiteurs uniques, impressions, clics, taux de rebond, taux de conversion, taux de clics (CTR), code de suivi, références.
- Identifier certains outils d'analyse de sites Web courants.

3. Perspectives des réseaux sociaux

- Comprendre le terme de connaissances sur les réseaux sociaux. Reconnaître l'importance d'analyser l'influence de vos activités marketing sur les plateformes de médias sociaux.
- Comprendre les concepts des réseaux sociaux tels que : engagement, portée, mentions, tendances, liens entrants.
- Identifier certains outils de compréhension des réseaux sociaux.

4. E-mail Marketing et analyse de publicité en ligne

- Comprendre les termes courants de l'analyse d'e-mails tels que les : taux d'ouverture, taux de clic, taux de rebond, désabonnement, nombre total d'abonnés.
- Comprendre les termes courants de l'analyse de la publicité en ligne tels que : paiement au clic (PPC), coût par millier (CPM), coût par acquisition (CPA), coût par mille (CPP) et coût par conversion (CPC)

Langue du logiciel enseigné

Microsoft Outlook 2016 - Version française

Contenu du cours 19 leçons

Contenu des leçons Vidéo, Exercices libres

Durée prévue de l'étude

35 heures

Public cible

Candidat à la certification ICDL
Marketing Numérique -