PROGRAMME DE FORMATION

Conformité marketing : prospection électronique, cookies, RGPD et pratiques commerciales

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE	VERSION	ÉDITION	DOMAINE
WF-0483	V2026-005	3 novembre 2026	Commerce, Marketing & Vente

DURÉE	MODALITÉ	PROGRAMME	SANCTION
7 h	Distanciel asynchrone (e-learning)	2 modules 9 leçons	Attestation et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

- Identifier la base légale d'un traitement de données marketing et rédiger l'information due aux personnes.
- Vérifier qu'une prospection électronique respecte les règles du consentement ou de ses exceptions, en B2C comme en B2B.
- Contrôler un bandeau de cookies au regard des règles de consentement et du refus aussi simple que l'acceptation.
- Repérer une pratique commerciale potentiellement trompeuse : promotion, allégation, avis, contenu d'influence non signalé.
- Organiser le traitement des demandes d'opposition et de désinscription, et savoir quand solliciter un avis juridique.

L'essentiel de la formation

Public visé

Chargés de marketing, commerciaux, dirigeants de TPE-PME et indépendants qui collectent des contacts, envoient des campagnes, utilisent des cookies ou publient des promotions et veulent appliquer les règles de base de conformité.

Prérequis

- Aucun prérequis juridique.
- Connaître les outils marketing courants de son entreprise (site, formulaire, e-mailing, réseaux sociaux).
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet.

Modalités et déroulement

Formation à distance, en ligne, à rythme libre, organisée autour d'entreprises fictives (Maison Ardelle, torréfacteur artisanal avec boutique et vente en ligne ; Brévance, éditeur de logiciel B2B ; Atelier Solvène, institut de beauté de quartier — entreprises fictives, données fictives). Un test de positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon associe une vidéo d'explication, une fiche pratique à conserver et deux mises en pratique corrigées (études de cas, analyse d'erreurs sur formulaires, bandeaux et campagnes, décisions, rédactions de mentions) ; chaque module se clôt par un atelier de synthèse corrigé, une vidéo récapitulative et un quiz. Plus de la moitié du temps est consacrée à la pratique (cas, décisions, rédactions, livrables), le reste aux apports et aux évaluations. Accompagnement par un formateur par messagerie (réponse sous 48 h ouvrées), correction individuelle des livrables sur demande. La formation donne des repères opérationnels ; elle ne constitue pas un conseil juridique.

Méthodes pédagogiques

- Positionnement en début de parcours
- Apports en vidéo : explications et démonstrations
- Études de cas
- Exercices d'application et mises en pratique corrigées
- Production de livrables professionnels
- Atelier de synthèse en fin de module
- Quiz et QCM d'auto-évaluation
- Accompagnement et retours du formateur

Répartition du temps de formation : **19 %** théorique · **46 %** pratique · **35 %** évaluation

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme de formation en ligne, accès individuel à distance
- Vidéos pédagogiques
- Fiches pratiques à conserver
- Quiz et exercices interactifs en ligne
- Correction des productions sur grille de critères
- Messagerie avec le formateur (réponse sous 48 h ouvrées)

Modalités d'évaluation

Positionnement initial (non éliminatoire) ; correction automatique ou sur grille critériée de chaque exercice ; atelier de synthèse corrigé et quiz à la fin de chaque module ; évaluation finale interne : audit de conformité d'une campagne marketing fictive (formulaire, bandeau de cookies, campagne d'e-mails B2C et B2B, publicité et avis), corrigé sur grille, et questionnaire de 12 questions. Seuil de réussite interne : 70 % des critères. Une attestation de fin de formation précise les compétences évaluées ; aucune certification n'est délivrée.

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Cette formation n'est pas présentée comme préparant à une certification enregistrée : elle ne comprend ni inscription ni présentation à des épreuves de certification, et n'ouvre droit à aucune délivrance de certification ni au financement par le CPF.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Vidéos sous-titrées et transcrites, fiches pratiques et corrigés en version texte lisible par les lecteurs d'écran, tableaux fournis aussi en format tableur accessible, navigation au clavier, rythme libre et durée allongeable pour les exercices chronométrés. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils, modalités d'évaluation).

Tarif de la formation

Prix : **490 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

2 modules, 9 leçons — durée totale 7 h.

01 Données personnelles et prospection électronique

1. Positionnement — conformité marketing
2. Les principes du RGPD appliqués au marketing
3. Informer les personnes et gérer leurs droits
4. Prospecter par e-mail et SMS en B2C et en B2B
5. Atelier de synthèse — Données personnelles et prospection électronique

02 Cookies, publicité et pratiques commerciales

1. Cookies et traceurs : le consentement
2. Promotions, allégations et pratiques trompeuses
3. Avis en ligne et influence commerciale
4. Atelier de synthèse — Cookies, publicité et pratiques commerciales