

et Recherche Domaine : Droit, Economie, Gestion

Mention : Marketing et Vente Spécialité : Marketing et Relation Client (MRC)

RNCP13590 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	334p
Code(s) ROME	M1705, M1403, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

UNIVERSITE DE MONTPELLIER I

<http://www.univ-montp1.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le titulaire du Master Marketing et Relation Client peut exercer des activités d'analyse des marchés ou de la clientèle puis concevoir et mettre en œuvre des opérations de marketing ou des actions de CRM (fidélisation de clientèle, prospection...). Ces activités se déclinent comme suit en fonction du parcours suivi dans le Master :

I Parcours A (Etudes et Décisions Marketing)

- analyser le marché afin de segmenter la demande, trouver des idées de nouveaux produits, étudier la concurrence et évaluer le positionnement des marques, préparer des actions de communication, tester certaines options du mix marketing en cours d'élaboration ;
- mettre au point et assurer le lancement de nouveaux produits (définition et test du concept, conception du cahier des charges en liaison avec les services techniques, choix d'un mix cohérent avec la gamme existante, adoption d'une formule de distribution pertinente...) ;
- élaborer et assurer le suivi des plans marketing (fixation des objectifs commerciaux, analyse des indicateurs appropriés, réalisation d'actions correctrices) ;
- mettre en œuvre et effectuer le suivi du plan de communication en veillant à la cohérence des opérations, en négociant ou supervisant les prestations en matière de publicité, de relations publiques ou de marketing direct ainsi qu'en exerçant une veille permanente (tracking Internet, évaluation des retombées du plan de communication...).

I Parcours B (Data Mining et Relation Client)

- mettre en place et interpréter des indicateurs statistiques, des outils de prévision et des tableaux de bord portant sur la clientèle de l'entreprise ;
- analyser les fichiers clients afin de segmenter la clientèle en détectant les cibles prioritaires ainsi que les opérations de fidélisation ou de conquête à effectuer ;
- concevoir et mettre en place des solutions intégrées de CRM en lançant des appels d'offre auprès des fournisseurs de progiciels, en pilotant l'implantation des outils sélectionnés et en formant les utilisateurs à leur maniement.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences attestées reposent principalement sur la capacité à comprendre le comportement des clients et à

élaborer des plans marketing ou des solutions de CRM adaptés à la situation de l'entreprise.

Ces compétences se décomposent comme suit :

- aptitude à détecter les tendances du marché, à concevoir des nouveaux produits, à mettre au point un mix adapté – packaging, distribution, etc. – et à élaborer des messages en mobilisant les outils de la communication (parcours A) ;
 - capacité à effectuer des études répondant à des problématiques de marketing, en collectant et traitant des données qualitatives ou quantitatives, puis en utilisant les logiciels d'analyse de données appropriés ou les techniques d'analyse de contenu pertinentes (parcours A) ;
 - aptitude au dialogue avec les autres fonctions de l'entreprise et capacité à intégrer les différents paramètres intervenant dans l'élaboration des plans marketing (parcours A) ou des plans d'action visant à développer la clientèle (parcours B) ;
 - maîtrise des outils du data mining et, grâce une bonne connaissance des fondements des principales méthodes statistiques, aptitude à s'approprier les nouvelles techniques qui se développent continuellement dans le domaine du CRM (parcours B) ;
- capacité à concevoir des solutions de CRM adaptées au besoin de chaque entreprise en mobilisant les progiciels dédiés au management de la relation client (parcours B).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les professionnels titulaires du Master Marketing et Relation Client travaillent en entreprise ainsi que dans les agences ou les sociétés de conseil, et ce dans la plupart des secteurs de l'industrie et des services.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ils peuvent prétendre aux emplois suivants :

- Chef de produit ou Chargé d'études marketing ou Chargé de communication (pour ceux qui ont suivi le parcours A dans le Master) ;
- Consultant CRM ou Chargé d'études en Data Mining (pour le parcours B).

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 975 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 726
Jugés difficiles à recruter	27 %

Emplois saisonniers

10 %

Familles professionnelles (FAP)

L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques
L5X93 — Chargés d'études socio-économiques
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
U0X80 — Assistants de la communication
U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE

Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur dont 1/3 de professionnels).

COMPOSITION DU JURY — VAE

Enseignants chercheurs et professionnels (Décret 2002-590 du 24 avril 2002).

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.univ-montp1.fr onglet Formations
université Montpellier 1

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/13590/>