

Manager marketing data et commerce électronique (MS)

RNCP30417 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	326, 312
Formacode(s)	34093, 31052
Code(s) ROME	E1402, M1704, M1706, E1101, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	17/04/2023

Certificateur(s)

SKEMA BUSINESS SCHOOL · SIRET : 78370584100022

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager marketing data et commerce électronique a pour objectifs majeurs de contribuer avec la Direction Générale à la définition et la mise en œuvre des stratégies marketing et commerciales en utilisant les NTIC, et ce en phase avec la stratégie poursuivie par l'entreprise dans le cadre des budgets et positionnements de celle-ci.

Il définit, pilote et met en place les actions de relation clients, de communication, d'acquisition et de distribution digitale ou physique des produits et des marques en s'appuyant sur les données collectées et les différents outils digitaux.

Activités visées :

- Diagnostic et élaboration de la stratégie commerciale digitale : élaborer le diagnostic et les stratégies commerciales, de distribution et de communication en utilisant l'ensemble des leviers e-business et des nouvelles technologies
- Mise en œuvre et pilotage des projets digitaux : conduire des projets digitaux dans la stratégie marketing et commerciale en identifiant et mariant les principaux leviers d'acquisition gratuits ou payants afin d'optimiser son trafic ; concevoir et mettre en place de stratégies d'acquisition de trafic et de visibilité en s'appuyant sur le référencement naturel (SEO), en achetant des bannières et mots clés (SEA), en maîtrisant le fonctionnement des régies, Ad-exchange et autres plateformes de vente d'espace publicitaire et en maîtrisant les opérations de visibilité (affiliation, brand content...) ; mettre en œuvre des plans d'actions opérationnels (conduite de projets e-commerce, m-commerce ou de digitalisation du point de vente) en mode AGILE et en veillant au respect des règles de l'UX design ; sélectionner des solutions (organisationnelles ou technologiques) les plus adaptées au contexte du marché et à l'ambition de l'entreprise
- Contrôle et mesure de la performance : piloter le processus de mesure de la performance et mettre en place de tableaux de bord (actions de veille, analyse des données CRM, Web analytics, etc.)
- Développement et amélioration de la relation client : développer et améliorer la relation client dans un environnement multicanal (CRM, e-mailing, social media...) ; étudier, dans le cadre du développement du e-commerce et du commerce connecté, les évolutions des comportements et besoins des marchés et de ses acteurs ; collecter et traiter des données de manière efficiente et légale.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- Analyser le marché, à identifier les cibles et les canaux les plus porteurs.

- Identifier et prendre en compte les besoins et les nouveaux comportements d'achat des consommateurs.
- Formuler les attentes de l'entreprise, identifier les solutions possibles et mettre en place un plan d'actions efficace.
- Elaborer une stratégie commerciale tenant compte des enjeux économiques, des mutations du secteur de l'entreprise et des nouveaux comportements du consommateur.
- Développer des stratégies de branding et d'acquisition de trafic.
- Utiliser à bon escient les différents canaux digitaux (réseaux sociaux, places de marché, applications mobiles...) dans le déploiement d'une stratégie commerciale.
- Maîtriser les outils web et les principaux leviers permettant la mise en place d'une stratégie e-commerce et/ou multicanale efficace(s) et sélectionner les outils e-commerce les mieux adaptés aux spécificités de l'entreprise et de ses produits.
- Proposer des stratégies multicanales innovantes.
- Mettre en place une veille pertinente.
- Conduire un projet en équipe, en respectant un planning, les objectifs et en maîtrisant la communication avec les équipes techniques.
- Maîtriser les règles de base du référencement naturel.
- Optimiser la structure du site, son contenu et ses pages d'atterrissage.
- Maîtriser Google Adwords.
- Coordonner l'ensemble des stratégies de trafic.
- Optimiser les taux de conversion.
- Optimiser les coûts d'acquisition en identifiant les leviers les plus performants.
- Concevoir et élaborer le périmètre fonctionnel et l'ergonomie d'un site e-commerce, d'une place de marché ou d'une application marchande.
- Veiller au respect des règles d'UX Design (expérience utilisateur) et à l'optimisation du tunnel d'achat.
- Maîtriser des outils analytics et de datamining.
- Mettre en place des outils d'analyse de la performance (ex : Google Analytics, SAS Datamining).
- Analyser les résultats des actions en utilisant les outils analytics.
- Mettre en place et utiliser des outils de gestion et d'optimisation de la relation client (CRM, DMP...).
- Identifier et utiliser les indicateurs les plus pertinents (visites, taux de transformation, taux de rebond...) et les indices de performances.
- Contrôler les résultats.
- Optimiser la performance de la relation client en utilisant les démarches du marketing relationnel.
- Utiliser de façon performante le logiciel SAS Data Mining®
- Utiliser les outils CRM pour segmenter de façon pertinente ses campagnes.
- Maîtriser le cadre légal d'utilisation des données

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises spécialisées dans la vente en ligne (pure player), entreprises de distribution (retailers), agences de conseil en marketing et communication digitale.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable marketing
- Chef de projet e-commerce
- Responsable CRM (Custom Relation Management)
- Trafic Manager
- Social media manager
- Web Analyst

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · 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)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux 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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE
Le jury est composé d'un membre de l'école : le responsable du programme délivrant la certification ainsi que d'un représentant du corps professoral du programme et de 2 représentants professionnels (50% employeur et 50% employé)

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 696 €
Selon la branche	7 000 € – 8 804 €
Prise en charge	Branches concernées
8 696 €	Valeur par défaut · 199 branches

8 804 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE autoroutes, CPNE des Télécoms, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEFP Mutualité
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 751 €	CPNEF de l'audiovisuel
8 700 €	CPNE Banque
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
7 697 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 17/04/2023

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP21775

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP37332

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.skema-bs.fr

SKEMA Business School

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/30417/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	12
Montant total engagé	43 113 €
Coût moyen par dossier	3 593 €
Durée moyenne	496 h
Période	07/2020 – 02/2021
France compétences	74 %
Reste à charge titulaire	15 %
Régions	12 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.