

Responsable Marketing digital stratégique et opérationnel

RNCP32198 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	34093
Code(s) ROME	M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	04/01/2022

Certificateur(s)

L ECOLE MULTIMEDIA · SIRET : 40441398100014

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ECOLE D'ARTS APPLIQUES	79439110200058	Former
ICADEMIE	48908897100093	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable marketing stratégique et opérationnel analyse et définit la stratégie de marque, de son discours et/ou de l'argumentaire du produit. Il propose des concepts innovants. Il conçoit une stratégie e-business et e-commerce. Il conçoit, déploie et pilote les opérations marketing dans un objectif d'amélioration continue. Il pilote et analyse les opérations dans un objectif d'amélioration continue. Il encadre une équipe et pilote des projets.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La certification de responsable marketing stratégique et opérationnel se décline en six blocs de compétences: 1 - Analyser et définir une stratégie de marque et l'argumentaire du produit 2 - Innover et réaliser une veille professionnelle 3 - Concevoir une stratégie e-business et e-commerce 4 - Concevoir et déployer une stratégie de marketing digital opérationnel 5 - Définir et appliquer une stratégie de web analyse et de reporting 6 - Encadrer des équipes et piloter des projets

Blocs de compétences

RNCP32198BC1 — Analyser et définir une stratégie de marque et l'argumentaire du produit

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées: - Définir le périmètre et la grille d'analyse d'une problématique ; - Appliquer les méthodologies d'analyses et d'audit pour récolter des données congruentes ; - Appliquer les méthodes d'analyses des

comportements, des besoins et de la démarche des cibles ; - Mettre en pratique les méthodologies de modélisation des outils de synthèses (prisme de Kapferer, SWOT, PESTEL, matrice de positionnement, parcours client, persona, etc.) ; - Comprendre et s'approprier l'environnement technologique spécifique du digital ; - Connaître les différents supports de communication, les différents canaux et leviers digitaux : référencement naturel, référencement payant, affiliation, publicité en ligne, stratégie de réseaux sociaux, outils de marketing direct...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation: - Etude d'un cas pratique. Les candidats sont soumis à un brief client et une problématique de marketing de marque. Ils ont en charge de réaliser une charte éditoriale définissant le positionnement de marque et une mécanique éditoriale dans le cadre d'une stratégie de marketing de contenu. Modalité de certification: Le certificat des compétences attestées « Analyser et définir la stratégie de marque et de l'argumentaire du produit » selon les modalités d'évaluation décrites, sera délivré à chaque candidat/è à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences. C'est l'obtention de l'ensemble des six blocs de compétences qui constitue l'obtention de la certification dans son entièreté.

RNCP32198BC2 — Innover et réaliser une veille professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées : - Appliquer des méthodologies d'investigation et de recherche primaire et secondaire : création d'interview, focus group, enquêtes, observation directe... ; animation d'ateliers de création, de brainstorming et de co-conception d'offres et de services ; - Appliquer les méthodologies d'idéation et de créativité (brainstorming, carte heuristique, ateliers...) ; - Appliquer les méthodes de modélisation et de synthèses (persona, canevas de proposition de valeur, parcours client) ; - Transmettre les éléments et les spécifications nécessaires au bon développement du service ; - Analyser et s'approprier les tendances dans différents domaines (numérique, commerce, communication...).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation : - Etude d'un cas pratique. Les candidats ont en charge de mener une investigation dans l'objectif de dégager une problématique et des besoins clients. Lors d'ateliers créatifs, qu'ils animeront, ils devront dégager des solutions appropriées. Enfin, ils devront préconiser une stratégie de déploiement.

RNCP32198BC3 — Concevoir une stratégie e-business et e-commerce

LISTE DE COMPÉTENCES

• Appliquer les méthodes d'analyses stratégiques, d'audit et de benchmark sectoriel (marché, concurrence, canaux de visibilité et de transformation, tunnel d'achat...) ; - Utiliser des différents outils de diagnostic et de modélisation permettant de réaliser un business model (canva), un tunnel d'achat, un SWOT ; - Emettre des objectifs de visibilité, de captation, de transformation et de fidélisation client ; - Préconiser une mécanique digitale e-commerce : - canaux de distribution et partenariat, site e-commerce (hiérarchisation du catalogue, fiche produit, up-selling...), offre commerciale, marketing automation, cadre juridique ; - - Concevoir et réaliser une veille légale, sectorielle et stratégique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation : - Etude d'un cas pratique. Les candidats sont soumis à un brief client et une problématique E-business et E-commerce. Ils ont en charge de réaliser une recommandation stratégique comprenant notamment une analyse détaillée, des conclusions pertinentes, un business model canva, un tunnel d'achat, une proposition de site e-commerce (hiérarchisation de l'offre et élaboration des fiches produits/services)

RNCP32198BC4 — Concevoir et déployer une stratégie de marketing digital opérationnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées : - Maîtriser et auditer les leviers digitaux : payants (SEA, Display, affiliation) ; acquis (influenceurs, avis clients...) ; de la marque (SEO, SMO, outils de marketing relationnel et transactionnel) ; - Elaborer un plan marketing opérationnel ; - Définir un budget prévisionnel et des indicateurs clés de rentabilité ; - Appliquer la méthodologie de planification via l'usage d'un planning de Gantt ; - Connaître le cadre juridique des opérations : RGDP, jeux concours, récupération et sécurité des données (CNIL), gestion des cookies, mentions légales, loi consommation...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation : - Etude d'un cas pratique. Les candidats sont soumis à un brief client et une problématique de stratégie marketing opérationnel. Ils ont en charge de réaliser une recommandation opérationnelle. Modalité de

certification : Le certificat des compétences attestées : « Concevoir et déployer une stratégie de marketing digital opérationnel » selon les modalités d'évaluation décrites, sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 4ème bloc de compétences. C'est l'obtention de l'ensemble des six blocs de compétences qui constitue l'obtention de la certification dans son entièreté.

RNCP32198BC5 — Définir et appliquer une stratégie de web analyse et de reporting

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées : - Définir les indicateurs clés de performance ; - Concevoir un plan de marquage ; - Utiliser et paramétrer les outils de suivi : plateforme d'analyse, Tag Management system, Data management plateforme, outil CRM, Google data studio, QlikSense, Excel... ; - Concevoir des tableaux de bord et des datavisualisations des données ; - Appliquer les méthodes d'analyses d'audiences et de statistiques ; - Evaluer le retour sur investissement d'une opération marketing en temps réel ; - Elaborer des recommandations d'amélioration.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation : - Etude d'un cas pratique. A partir d'une étude de cas et de données déjà fournies, les candidats doivent travailler à l'élaboration d'un plan de marquage, d'un tableau de bord efficace et orienté ROI et d'une représentation graphique de la donnée de type infographie. Modalité de certification : Le certificat des compétences « Définir et appliquer une stratégie de web analyse et de reporting » selon les modalités d'évaluation décrites, sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 5ème bloc de compétences. C'est l'obtention de l'ensemble des six blocs de compétences qui constitue l'obtention de la certification dans son entièreté.

RNCP32198BC6 — Encadrer des équipes et piloter des projets

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées : Les compétences validées sont celles décrites lors des précédents examens, plus celles correspondant plus particulièrement à la gestion de projet et l'encadrement d'équipes: - Mettre en œuvre les méthodologies de gestion de projet agile ou en cascade ; - Utiliser les différentes techniques et outils de travail collaboratif (Trello, Slack...) ; - Appliquer les méthodologies de conduite du changement ; - Choisir, animer, encadrer et animer une équipe de collaborateurs ; - Présenter et défendre un projet à l'oral et à l'écrit ; - Faire preuve d'ouverture d'esprit et d'écoute ; - Savoir argumenter et convaincre ; - Etre capable de résoudre les conflits et trouver des solutions ; - Avoir un bon sens de l'organisation ; - Faire preuve de méthodologie et d'autonomie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation : - Etude d'un cas pratique. Les candidats devront répondre à une problématique de stratégie de marque digitalisée, ou au lancement d'une mécanique e-business/e-commerce innovant ou d'un dispositif de marketing opérationnel. Ils devront présenter une stratégie innovante et de déploiement opérationnel. Modalité de certification : Le certificat des compétences attestées « Encadrer des équipes et piloter des projets » selon les modalités d'évaluation décrites, sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 6ème bloc de compétences. C'est l'obtention de l'ensemble des six blocs de compétences qui constitue l'obtention de la certification dans son entièreté.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

• En agence de communication 360° ou digitale. * En entreprise ayant un service de marketing/communication intégré. * En ESN (entreprise de service du numérique). * En tant que consultant indépendant.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable marketing digital stratégique et opérationnel Responsable marketing innovation Chargé / Chargée de projet marketing Responsable de marque Manager de contenus de marque Directeur / Directrice du marketing Directeur de projet marketing Web marketer

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 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

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 président du jury (professionnel extérieur à l'École Multimédia) 3 professionnels extérieurs 2 formateurs référents

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

Polynésie française

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	8 900 €
Selon la branche	6 500 € – 9 125 €
Prise en charge	Branches concernées
8 900 €	Valeur par défaut · 191 branches
9 066 €	CPNE autoroutes, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEF de la Publicité
9 125 €	CPNEFP Mutualité, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
9 000 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNEFP ICGV entreprises de la viande
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
9 124 €	CPNE des Télécoms
9 100 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances

8 700 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 240 €	CPNEFP Import-Export
8 200 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
8 000 €	CPNE chimie
7 600 €	CPNE Banque
7 500 €	CPNEFP Commerce à distance
7 378 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 200 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 04/01/2022

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP36460

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/32198/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	11
Taux d'achèvement	1100 %
Période	02/2022 – 12/2022

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	22
Montant total engagé	70 487 €
Coût moyen par dossier	3 204 €
Durée moyenne	472 h
Période	08/2020 – 01/2022
France compétences	58 %
Reste à charge titulaire	27 %

France Travail	14 %
-----------------------	-------------

Entreprise	1 %
-------------------	------------

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