

Expert en stratégie du marketing digital

RNCP34019 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310m
Formacode(s)	34093
Code(s) ROME	M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	24/05/2019
Date d'échéance	24/05/2024

Certificateur(s)

Ecole de Management Leonard de Vinci

Partenaires habilités

8 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 8 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AFC ALTERNANCE FORMATION COMMUNICATION	41885869200043	Former et organiser l'évaluation
AKOR ALTERNANCE	35176305700061	Former et organiser l'évaluation
EPSECO BAYONNE	33882972400040	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT D ENSEIGNEMENT SUPERIEUR TECHNIQUE	33851631300065	Former et organiser l'évaluation
TALIS B.S. PARIS	42931147500025	Former et organiser l'évaluation
TALIS EDUCATION GROUP	40138481300051	Former et organiser l'évaluation
TALIS FORMATION	35112793100035	Former et organiser l'évaluation
TALIS FORMATION	35112793100050	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans le contexte général de la transformation numérique des entreprises et des organisations, le marketing digital est un facteur déterminant de la réussite commerciale et du développement. La certification répond au besoin de rassembler un ensemble de compétences scientifiques et techniques allant de l'analyse de données au pilotage de campagnes, en passant par la conception d'applications web adaptées aux objectifs de l'entreprise. Cet ensemble permet aux certifiés de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies cohérentes et des processus marketing robustes sur la durée.

L'Expert(e) en stratégie du marketing digital maîtrise l'ensemble des outils qui permettent de concevoir, d'orchestrer et d'automatiser des campagnes marketing. Professionnel(le) de la communication sur le web et les media sociaux, il(elle) analyse l'ensemble des données collectées en vue de développer le commerce en ligne, met au point les outils et les processus du marketing au sein de son entreprise et supervise les projets de développement web (sites internet, applications mobiles, etc.).

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités de l'Expert(e) en stratégie du marketing digital se répartissent en cinq ensembles :

1. Analyse de données

Collecte des données pertinentes, analyses statistiques, visualisation des résultats

2. Conception d'une campagne de marketing digital

Définition des objectifs, définition des cibles, recensement des moyens nécessaires, élaboration des budgets

3. Mise au point des outils et processus du marketing digital

Conception des sites et applications, stratégie sur les media sociaux, CRM

4. Pilotage d'une campagne de marketing digital

Définition des indicateurs, élaboration des tableaux de bord, coordination des équipes

5. Analyse des résultats d'une campagne de marketing digital

Analyse des écarts, réflexion sur la stratégie, préparation des campagnes suivantes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- Identifier les données-clients importantes au regard de la stratégie de son entreprise, en vue de procéder à l'analyse statistique du marché.
- Segmenter le marché en différentes cibles qualitatives, en s'appuyant sur l'analyse des données collectées, afin de préparer une campagne marketing.
- Présenter les résultats des analyses en comité de direction, en vue de justifier les axes stratégiques de la campagne.
- Préciser les objectifs de la campagne au regard de chacun des segments de la cible, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, afin de déterminer les résultats à atteindre.
- Dimensionner les cibles de la campagne au regard des résultats attendus, afin d'optimiser sa rentabilité.
- Caractériser chacun des segments de la cible en fonction de son importance stratégique, en vue de préparer une allocation raisonnée des moyens disponibles.
- Identifier l'ensemble des moyens humains, techniques et financiers nécessaires à la réalisation de la campagne marketing, en vue d'élaborer les budgets de celle-ci.
- Etablir un budget pour chacun des segments de la cible, en cohérence avec leur importance stratégique et les résultats attendus, en vue de communiquer les éléments pertinents au service du contrôle de gestion.
- Etablir un premier budget de développement des outils et applications qui seront utilisés pour la campagne, afin d'en préparer la réalisation technique.
- Concevoir un site web ou une application en ligne adaptée aux objectifs, dans le cadre d'un budget primitif, afin d'assurer la mise en œuvre technique d'une campagne de marketing digital.
- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux conforme au droit, en vue d'affiner le référencement des applications en ligne.
- Définir une stratégie de management de la relation-clients en vue de pérenniser la collecte de données utiles et de fidéliser les différents segments de la cible.
- Identifier les bons indicateurs du déroulement d'une campagne de marketing digital, en vue d'établir des tableaux de bord de suivi.
- Etablir des tableaux de bord efficaces à l'intention des personnels impliqués dans la campagne de marketing digital, afin d'identifier rapidement toutes dérives par rapport aux résultats escomptés.
- Répartir les tâches et les responsabilités en cohérence avec les objectifs, afin d'assurer la meilleure coordination entre les responsables commerciaux et les développeurs.
- Identifier et analyser les écarts entre les objectifs et les résultats obtenus, en vue d'apporter les corrections nécessaires aux outils utilisés ainsi qu'à la stratégie digitale mise en œuvre.
- Proposer des ajustements de la stratégie digitale en comité de direction, au vu de l'analyse des résultats de la campagne, afin d'établir le lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise.
- Tirer des enseignements efficaces de l'analyse des résultats en vue d'affiner les outils et processus à mettre en œuvre pour les prochaines campagnes.

Blocs de compétences

RNCP34019BC01 — Préparer une campagne de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les données-clients importantes au regard de la stratégie de son entreprise, en vue de procéder à l'analyse statistique du marché.
- Segmenter le marché en différentes cibles qualitatives, en s'appuyant sur l'analyse des données collectées, afin de préparer une campagne marketing.
- Présenter les résultats des analyses en comité de direction, en vue de justifier les axes stratégiques de la campagne.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation sur exercices d'analyse de données. Rendu écrit individuel.

RNCP34019BC02 — Concevoir une campagne de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Préciser les objectifs de la campagne au regard de chacun des segments de la cible, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, afin de déterminer les résultats à atteindre.
- Dimensionner les cibles de la campagne au regard des résultats attendus, afin d'optimiser sa rentabilité.
- Caractériser chacun des segments de la cible en fonction de son importance stratégique, en vue de préparer une allocation raisonnée des moyens disponibles.
- Identifier l'ensemble des moyens humains, techniques et financiers nécessaires à la réalisation de la campagne marketing, en vue d'élaborer les budgets de celle-ci.
- Etablir un budget pour chacun des segments de la cible, en cohérence avec leur importance stratégique et les résultats attendus, en vue de communiquer les éléments pertinents au service du contrôle de gestion.
- Etablir un premier budget de développement des outils et applications qui seront utilisés pour la campagne, afin d'en préparer la réalisation technique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant. La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury. L'évaluation est individuelle.

RNCP34019BC03 — Mettre au point les outils et processus du marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir un site web ou une application en ligne adaptée aux objectifs, dans le cadre d'un budget primitif, afin d'assurer la mise en œuvre technique d'une campagne de marketing digital.
- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux conforme au droit, en vue d'affiner le référencement des applications en ligne.
- Définir une stratégie de management de la relation-clients en vue de pérenniser la collecte de données utiles et de fidéliser les différents segments de la cible.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation sur exercices pratiques. Rendus écrits individuels.

RNCP34019BC04 — Piloter une campagne de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les bons indicateurs du déroulement d'une campagne de marketing digital, en vue d'établir des tableaux de bord de suivi.
- Etablir des tableaux de bord efficaces à l'intention des personnels impliqués dans la campagne de marketing digital, afin d'identifier rapidement toutes dérives par rapport aux résultats escomptés.
- Répartir les tâches et les responsabilités en cohérence avec les objectifs, afin d'assurer la meilleure coordination entre les responsables commerciaux et les développeurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant. La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury. L'évaluation est individuelle.

RNCP34019BC05 — Analyser les résultats d'une campagne de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et analyser les écarts entre les objectifs et les résultats obtenus, en vue d'apporter les corrections nécessaires aux outils utilisés ainsi qu'à la stratégie digitale mise en œuvre.
- Proposer des ajustements de la stratégie digitale en comité de direction, au vu de l'analyse des résultats de la campagne, afin d'établir le lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise.
- Tirer des enseignements efficaces de l'analyse des résultats en vue d'affiner les outils et processus à mettre en œuvre pour les prochaines campagnes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation par la mise en situation professionnelle sur un projet consultant. La réalisation du projet donne lieu à la remise d'un rapport écrit et à sa soutenance orale en anglais devant le jury. L'évaluation est individuelle.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'activité de l'Expert(e) en stratégie du marketing digital s'exerce au sein d'entreprises industrielles et commerciales de toutes tailles, de sociétés de services ou de collectivités publiques.

Elle est aujourd'hui indispensable dans les entreprises de vente à distance, les cabinets conseil en communication et les agences de publicité.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

L'Expert(e) en stratégie du marketing digital maîtrise l'ensemble des outils qui permettent de concevoir, d'orchestrer et d'automatiser des campagnes marketing. Professionnel(le) de la communication sur le web et les media sociaux, il(elle) analyse l'ensemble des données collectées en vue de développer le commerce en ligne, met au point les outils et les processus du marketing au sein de son entreprise et supervise les projets de développement web (sites internet, applications mobiles, etc.). Il(elle) peut occuper les fonctions suivantes :

- Chef de projet webmarketing
- Chef de projet marketing digital
(en anglais Digital project manager, Digital marketing manager)
- Expert consultant en marketing digital
- Manager marketing & growth
- Data analyst
- PR manager
- CRM Project manager
- Traffic manager

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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

. Diplôme de niveau 6 de la formation professionnelle.

. A défaut, diplôme de niveau 5 + 1 an d'expérience

. A défaut de remplir l'une des conditions ci-dessus : 3 ans d'expérience dans le domaine.

Lorsque la formation se déroule en anglais : niveau d'anglais équivalent à B2 selon le classement CECRL (cadre européen de référence pour les langues).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le président + 3 personnes (deux membres du jury sur quatre sont extérieurs à l'autorité de certification).

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	8 991 €
Selon la branche	7 500 € – 8 991 €
Prise en charge	Branches concernées
8 991 €	Valeur par défaut · 210 branches
8 990 €	CPNE des Télécoms
8 839 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

Date de décision	24/05/2019
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	24/05/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	14	0	85 %	93 %
2017	9	0	88 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38827

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.emlv.fr/programmes/english-mba-digital-marketing-strategy/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34019/>