

Responsable de projet webmarketing et communication digitale

RNCP34413 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	34093
Code(s) ROME	E1205, E1104, M1705, E1101, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/01/2020
Date d'échéance	27/01/2025

Certificateur(s)

ADE HOLDING · SIRET : 82450453400028

VISIPLUS · SIRET : 44321186700025

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADE ONLINE	90024517600012	Former et organiser l'évaluation
COMPETENTIS	94953886200010	Former et organiser l'évaluation
Efrei - campus de Bordeaux	—	Former et organiser l'évaluation
EFREI PARIS	39889833800023	Former et organiser l'évaluation
ISCOD	88877726500016	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Selon une étude de l'édition 2017 de l'Observatoire des Services Clients, les Français se renseignent sur une marque ou un produit en utilisant prioritairement et majoritairement les canaux digitaux. 60% des consommateurs français recueillent des informations grâce aux outils connectés avant tout achat. Le marketing et la communication digitale sont ainsi devenus des vecteurs prioritaires de diffusion de la marque ou de produits.

Par ailleurs, l'avènement du digital a également profondément modifié les outils d'élaboration et de mise en oeuvre d'une stratégie marketing avec notamment l'émergence du Big data et des réseaux sociaux.

On constate aujourd'hui une réelle convergence et complémentarité entre le marketing et la communication digitale. Il est donc aujourd'hui nécessaire pour les entreprises de recruter des experts qui

maîtrisent à la fois les techniques du marketing et les nouvelles tendances de la communication digitale afin de mettre en oeuvre une stratégie de pénétration de marché et de développement, mais également de gérer la communication digitale et de mettre en oeuvre une veille permanente sur les évolutions du

secteur. La création de cette certification vise à répondre à ces besoins.

Le responsable de projet webmarketing et communication digitale contribue à la définition de la stratégie de

webmarketing et/ou de communication numérique en accord avec la stratégie globale de l'organisation. Pour cela, il audite et analyse la stratégie mise en oeuvre dans l'entreprise ainsi que les moyens à disposition. Il analyse notamment le flux de trafic généré par le site internet de son entreprise, il identifie les clients de l'entreprise ainsi que leurs usages et comportements digitaux, il trace le parcours client proposé par son entreprise. A l'issue de la collecte et de l'analyse de ces informations, il propose des préconisations, puis conçoit le planning de déploiement stratégique.

ACTIVITÉS VISÉES

Élaboration des préconisations marketing et de la communication digitale du client ou de l'entreprise-

- Réalisation d'un audit stratégique
- Élaboration des préconisations
- Planification du déploiement stratégique
- Veille stratégique et technologique

Conception de la stratégie de webmarketing et de la communication digitale

- Élaboration du plan d'action
- Conception de la stratégie de contenu de marque
- Production de contenu de marque
- Choix des outils d'évaluation de la campagne digitale

Pilotage et mise en œuvre du projet webmarketing et de la communication digitale

- Réalisation du cahier des charges
- Pilotage du projet
- Réalisation du bilan du projet
- Rédaction des préconisations d'amélioration

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyse de la stratégie webmarketing et de la communication digitale du client ou de l'entreprise

- Réaliser un audit de la stratégie webmarketing et/ou communication d'une organisation en s'appuyant sur des éléments externes et internes
- Identifier les personas (segment-cible) en analysant informations quantitatives et qualitatives afin d'améliorer l'efficacité de la stratégie envisagée
- Définir des préconisations d'évolution en matière d'orientations stratégiques en évaluant les moyens humains, financiers et matériels à disposition au sein de l'organisation
- Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement
- Développer le processus d'investissement publicitaire en mettant en place des campagnes marketing webmarketing et communication digitale
- Établir une planification du déploiement des orientations stratégiques en collaboration avec la direction, en s'appuyant sur les préconisations préalablement établies
- Réaliser une veille stratégique et technologique en mobilisant les techniques et outils de veille disponibles dans l'entreprise et/ou sur le secteur d'activité
- Analyser les nouvelles techniques du webmarketing en les répertoriant en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation client ou de notoriété

Conception de la stratégie de webmarketing et de la communication digitale

- Établir le planning des différentes actions marketing et communication digitales en intégrant les moyens humains, matériels et financiers nécessaires pour leur mise en œuvre, ainsi que le cadencement de l'ensemble des livrables
- Définir une stratégie de contenu de marque digitale, dans le respect de la charte graphique et éditoriale de l'organisation, en identifiant les canaux de diffusion et les leviers payant d'acquisition de trafic
- Produire du contenu digital à l'aide d'outils PAO adaptés et/ou d'un CMS dans le cadre de publication web, dans le respect de la stratégie de développement webmarketing et communication d'une organisation
- Suivre et analyser les résultats des actions menées en déterminant les indicateurs digitaux les plus pertinents

Pilotage et mise en œuvre du projet webmarketing et de la communication digitale

- Concevoir un cahier des charges en présentant la planification des différentes étapes et détaillant les livrables attendues, les ressources humaines, financières et matérielles mobilisées
- Mettre en œuvre des actions de communication et de promotion et off-line autour du projet en sélectionnant les leviers les plus appropriés
- Superviser, piloter le déroulement d'un projet afin de garantir l'exécution/la réussite/l'atteinte des objectifs du projet
- Suivre la mesure de l'audience et du trafic en se servant d'outils de web analyse

- Évaluer les résultats d'un projet de déploiement stratégique webmarketing et communication digitale
- Émettre des préconisations d'actions correctives en se basant sur l'analyse des résultats obtenus grâce aux indicateurs digitaux afin d'améliorer l'efficacité des actions

Blocs de compétences

RNCP34413BC01 — Analyse de la stratégie de webmarketing et de communication digitale du client ou de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 : Réaliser un audit de la stratégie webmarketing et / ou communication d'une organisation en s'appuyant sur des éléments externes et internes afin d'émettre des préconisations auprès de la direction visant l'optimisation de la stratégie en question

C1.2. Identifier les personas (segment-cible) en analysant informations quantitatives et qualitatives afin d'améliorer l'efficacité de la stratégie envisagée

C1.3 : Définir des préconisations d'évolution en matière d'orientations stratégiques en évaluant les moyens humains, financiers et matériels à disposition au sein de l'organisation afin de soutenir la conception et le déploiement de la stratégie webmarketing et communication

C1.4. Etablir une planification du déploiement des orientations

C1.5. Etablir une planification du déploiement des orientations stratégiques en collaboration avec la direction, en s'appuyant sur les préconisations préalablement établies de manière à prendre en compte l'organisation globale de l'entreprise

C1.6. Réaliser une veille stratégique et technologique en mobilisant les techniques et outils de veille disponibles dans l'entreprise et/ou sur le secteur d'activité afin d'informer la Direction de toutes nouvelles opportunités et/ou menaces en termes d'orientation stratégique webmarketing et communication.

C1.7. Analyser les nouvelles techniques du webmarketing en les répertoriant en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation client ou de notoriété afin de les intégrer à la stratégie

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

- Réalisation d'un audit de la stratégie webmarketing et de communication digitale d'une entreprise réelle ou fictive et élaboration de préconisations à mettre en œuvre.

Mise en situation professionnelle :

- Mise en place d'un dispositif de veille

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat

RNCP34413BC02 — Conception de la stratégie de webmarketing et de la communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1. Développer le processus d'investissement publicitaire en mettant en place des campagnes marketing webmarketing et communication digitale afin d'augmenter la visibilité de l'organisation

C2.2. Optimiser la présence sur les moteurs de recherche grâce à la mise en place d'une stratégie de référencement

C2.3. Etablir le planning des différentes actions marketing et communication digitales en intégrant les moyens humains, matériels et financiers nécessaires pour leur mise en œuvre, ainsi que le cadencement de l'ensemble des livrables, de manière à soutenir le développement de la stratégie globale dans les délais arrêtés

C2.4. Définir une stratégie de contenu de marque digitale, dans le respect de la charte graphique et éditoriale de l'organisation, en identifiant les canaux de diffusion et les leviers payant d'acquisition de trafic de manière à soutenir les objectifs stratégiques de développement commercial et de notoriété de l'entreprise

C2.5. Produire du contenu digital à l'aide d'outils PAO adaptés et/ou d'un CMS dans le cadre de publication web, dans le respect de la stratégie de développement webmarketing et communication d'une organisation, de manière à soutenir le développement commercial et les objectifs en termes de notoriété de celle-ci

C2.6. Déterminer les indicateurs digitaux les plus pertinents afin de suivre et analyser les résultats des actions menées afin d'optimiser la performance des campagnes engagées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

- Réalisation d'un plan d'actions à mettre en œuvre et répondant à la stratégie digitale de l'entreprise
- Identification des KPI digitaux retenus dans le cadre du plan d'action et justification de leur pertinence.

Mise en situation professionnelle :

- Collaboration d'une stratégie de contenu de marque (ligne éditoriale, leviers de communication utilisés) et production d'un contenu qu'il aura élaboré grâce à des outils digitaux puis mis en ligne grâce à un CMS
- L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat

RNCP34413BC03 — Pilotage et mise en œuvre du projet webmarketing et de la communication digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1 : Concevoir un cahier des charges en présentant la planification des différentes étapes et détaillant les livrables attendues, les ressources humaines, financières et matérielles mobilisées afin de répondre aux besoins stratégiques de développement webmarketing et communication digitale

C3.2. Mettre en œuvre des actions de communication et de promotion et off-line autour du projet en sélectionnant les leviers les plus appropriés afin de répondre aux critères du cahier des charges

C3.3. Superviser, piloter le déroulement d'un projet afin de garantir l'exécution/la réussite/l'atteinte des objectifs du projet

C3.4. Suivre la mesure de l'audience et du trafic en se servant d'outils de web analyse afin d'analyser la performance des actions engagées

C3.5. Évaluer les résultats d'un projet de déploiement stratégique webmarketing et communication digitale en utilisant les indicateurs macro et micro-économiques préalablement déterminés, en analysant la performance financière de l'organisation ainsi que le respect des contraintes humaines, budgétaires et matérielles, et en identifiant les incidents et/ou plans d'actions réalisées de manière à dresser une comparaison entre la situation initiale et le résultat obtenu et de défendre ces résultats auprès de la direction de l'organisation

C3.6 : Émettre des préconisations d'actions correctives en se basant sur l'analyse des résultats obtenus grâce aux indicateurs digitaux afin d'améliorer l'efficacité des actions

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas :

- Réalisation d'un cahier des charges comprenant les différentes étapes, les livrables et les ressources nécessaires
- Réalisation d'un document de suivi de projet
- Réalisation d'une synthèse du bilan du projet sur le respect des objectifs fixés au début du projet en termes de budget, d'objectifs et de moyens et proposition d'actions de pérennisation ou correctives pour soutenir le plan de développement fixé par la Direction

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le responsable de projet marketing et communication digitale exerce en qualité de salarié ou de prestataire au sein de plusieurs types d'organisation :

- Associations (sportives, organisation non gouvernementale, recherche médicale...) ;
- Entreprises de toutes tailles (de la PME au firmes transnationales) et de tout secteur (Agroalimentaire, banque et assurance, commerce, communication, industries, informatique, textile...) ;
- Organisations publiques (entreprises publiques, collectivités locales et territoriales, ministères...) ;
- Agences de communication

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les postes occupés par le/la responsable de projet marketing et communication digitale en début de carrières sont :

- Chargé(e) de communication digitale
- Community manager
- Chargé(e) de production web
- Social media manager
- Content manager
- Assistante marketing web
- Consultant marketing web
- Responsable de la communication online
- Traffic Manager
- Web marketeur

- Référencéur

Les postes occupés par le/la responsable de projet marketing et communication digitale entre 2 et 5 ans sont :

- Responsable éditorial web
- Responsable de projet webmarketing
- Responsable de la marque employeur
- Responsable marketing digital
- Chef de projet webmarketing
- Chef de projet digital
- Digital brand manager
- Chef de projet de communication digitale
- Chef de produit, chef de produit digital

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ NEANT

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)	2 924 €
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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	18 210
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	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 U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

L'accès au dispositif de certification se fait selon les critères suivants :

- Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury d'attribution se compose de la façon suivante :

- Président du jury : fonction exercée par un directeur innovation et marketing

- Membres composants le jury : 4 personnes (2 experts pédagogiques et 2 experts métier)

60%
des membres du jury
sont extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés.

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

Le jury d'attribution se compose de la façon suivante :

- Président du jury : fonction exercée par un directeur innovation et marketing
- Membres composants le jury : 4 personnes (2 experts pédagogiques et 2 experts métier)

60%
des membres du jury
sont extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury d'attribution se compose de la façon suivante :

- Président du jury : fonction exercée par un directeur innovation et marketing
- Membres composants le jury : 4 personnes (2 experts pédagogiques et 2 experts métier)

60%
des membres du jury
sont extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés.

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	6 340 €
Selon la branche	5 358 € – 6 681 €
Prise en charge	Branches concernées
6 340 €	Valeur par défaut · 186 branches
6 681 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEF des organismes de tourisme
6 350 €	CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNIEFP dans la coopération agricole
5 358 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
6 480 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE chimie
6 314 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 286 €	CPNE des Télécoms, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
6 160 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 399 €	CPNEFP Mutualité
6 330 €	CPNEFP Commerce à distance
6 210 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
6 090 €	CPNEFP Import-Export
6 059 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)

5 869 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
5 731 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles

Base légale

Date de décision	27/01/2020
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/01/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	21	0	100 %	—
2017	21	0	95 %	84 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP39974

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34413/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	163
Parcours menés à terme	161
Taux d'achèvement	99 %
Période	02/2022 – 08/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	318
Montant total engagé	872 078 €
Coût moyen par dossier	2 742 €
Durée moyenne	174 h
Période	05/2021 – 01/2025
France compétences	56 %
OPCO	17 %
État	14 %
France Travail	6 %

Régions	3 %
Reste à charge titulaire	2 %
Entreprise	2 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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