

Manager marketing digital et événementiel

RNCP34771 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	321, 320, 312
Formacode(s)	34052, 34093, 46301, 46340, 46347
Code(s) ROME	E1402, E1107, E1104, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/07/2020
Date d'échéance	23/07/2022

Certificateur(s)

ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION · SIRET : 88930797100024

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification Manager marketing digital et événementiel vise à satisfaire un besoin fondamental pour toutes les organisations, qu'elles aient ou non un but lucratif : positionner leur offre produit/ service et communiquer auprès d'un public cible. Selon le contexte et la nature de l'organisation comme de son activité, répondre à cet impératif lui permet d'atteindre différents objectifs :

- Entretenir ou développer sa notoriété auprès d'un public de clients/utilisateurs, qui peut être constitué aussi bien d'individus (dans le modèle économique du BtoC) que d'entreprises (dans le cas du BtoB).
- Renforcer la cohésion et la motivation d'équipes internes, mobilisées dans la mise en œuvre du projet de l'organisation.

Dans ce contexte, le Manager marketing digital et événementiel apporte aux organisations son expertise pour élaborer et déployer leur stratégie marketing et communication, dans les secteurs particulièrement porteurs et en croissance du digital et de l'événementiel :

- Il élabore un diagnostic sur le positionnement et le besoin de l'organisation cliente, en organisant une démarche d'étude de son environnement socio-économique et de sa cible clients/utilisateurs.
- Il définit en conséquence la stratégie marketing adaptée et détermine ses conditions de mise en œuvre dans les sphères du digital ou de l'événementiel.
- Il pilote la mise en œuvre de la stratégie marketing, en dirigeant le travail de collaborateurs internes et de prestataires, dans une dynamique de projet.

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager marketing digital et événementiel exerce tout ou partie des activités suivantes :

Le diagnostic du positionnement de l'organisation cliente et de son marché

- L'organisation et l'exploitation d'une veille stratégique
 - L'organisation et l'exploitation d'études marketing et des données clients/utilisateurs
- La définition de la stratégie marketing digitale et événementielle de l'organisation cliente
- L'élaboration de la stratégie et du plan marketing
 - La conception de la stratégie digitale opérationnelle
 - La conception de la stratégie événementielle opérationnelle

Le pilotage de la stratégie marketing digitale et événementielle de l'organisation cliente

- Le management de la mise en œuvre du plan marketing en mode projet

- Le pilotage de partenaires et prestataires externes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Etablir le diagnostic du positionnement de l'organisation cliente et de son marché

- Exploiter les résultats d'une veille sur les tendances économiques, socio-comportementales et technologiques dans les domaines du digital et/ou de l'événementiel, en analysant les évolutions et innovations ayant un impact potentiel sur l'activité de l'organisation cliente, afin de préconiser des orientations stratégiques.
- Exploiter les résultats d'études marketing ciblées, en produisant leur analyse interprétative afin d'établir le diagnostic du positionnement de l'organisation cliente, de ses facteurs différenciants et avantages concurrentiels.

Définir la stratégie marketing digitale et événementielle de l'organisation cliente

- Elaborer une stratégie marketing de l'organisation cliente en cohérence avec sa politique et son plan de développement, en préconisant des évolutions de son positionnement et de son offre produit/service, en définissant les objectifs à atteindre et en la traduisant dans un plan d'action négocié et validé par sa direction.
- Concevoir la stratégie digitale de l'organisation cliente, en déterminant les outils, supports et services numériques à mettre en oeuvre de façon complémentaire et en cohérence avec son positionnement et en définissant les modes de production de contenus, de relation avec sa communauté de clients/utilisateurs et de référencement, afin de contribuer à sa visibilité et sa notoriété en ligne.
- Concevoir la stratégie événementielle de l'organisation cliente, en déterminant le nombre et le type d'événements à mettre en oeuvre au regard de son actualité et de ses objectifs, et en définissant les orientations présidant aux choix du lieu, du programme et du déroulement de chaque événement, et en établissant le plan de communication adéquat afin d'assurer leur retentissement.

Piloter la stratégie marketing digital et événementielle de l'organisation cliente

- Piloter la mise en oeuvre du plan marketing dans une dynamique de projet, en constituant au préalable les équipes-projet et structuré l'organisation, la répartition du travail et ses modalités de pilotage, en encadrant les équipes impliquées et en assurant la coordination et le suivi des actions entreprises, afin d'en garantir la conformité et la qualité et d'en évaluer l'efficacité.
- Piloter le processus de mobilisation de partenaires et prestataires pour la réalisation des actions du plan marketing, en définissant au préalable une politique de référencement adéquate et en déterminant les procédures, modalités et critères de recherche et sélection appropriés, afin de mettre en oeuvre les conditions garantissant la fourniture de leurs biens et services dans le respect des exigences de qualité, coût et délai.

Blocs de compétences

RNCP34771BC01 — Elaborer le diagnostic de positionnement de l'organisation cliente et de son marché

LISTE DE COMPÉTENCES

- Exploiter les résultats d'une veille sur les tendances économiques, socio-comportementales et technologiques dans les domaines du digital et/ou de l'événementiel, en analysant les évolutions et innovations ayant un impact potentiel sur l'activité de l'organisation cliente, afin de préconiser des orientations stratégiques.
- Exploiter les résultats d'études marketing ciblées, en produisant leur analyse interprétative afin d'établir le diagnostic du positionnement de l'organisation cliente, de ses facteurs différenciants et avantages concurrentiels.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1) Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée (1) :

Note d'analyse sur les évolutions et tendances d'un périmètre défini dans les secteurs du digital et/ou de l'événementiel

Conditions de l'évaluation (1) :

Dossier professionnel - Travail individuel - Production écrite

Production évaluée (2)

Diagnostic marketing d'une entreprise, fondée sur une démarche d'études ciblées

Conditions de l'évaluation (2)

Etude de cas - Travail individuel - Production orale

2) Pour les candidats issus de la VAE :

Production évaluée :

Dossier de preuves issues de l'expérience

Modalités de certification du bloc 1 :

Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences.

RNCP34771BC02 — Définir la stratégie marketing digitale et événementielle de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Elaborer une stratégie marketing de l'organisation cliente en cohérence avec sa politique et son plan de développement, en préconisant des évolutions de son positionnement et de son offre produit/service, en définissant les objectifs à atteindre et en la traduisant dans un plan d'action négocié et validé par sa direction.
- Concevoir la stratégie digitale de l'organisation cliente, en déterminant les outils, supports et services numériques à mettre en oeuvre de façon complémentaire et en cohérence avec son positionnement et en définissant les modes de production de contenus, de relation avec sa communauté de clients/utilisateurs et de référencement, afin de contribuer à sa visibilité et sa notoriété en ligne.
- Concevoir la stratégie événementielle de l'organisation cliente, en déterminant le nombre et le type d'événements à mettre en oeuvre au regard de son actualité et de ses objectifs, et en définissant les orientations présidant aux choix du lieu, du programme et du déroulement de chaque événement, et en établissant le plan de communication adéquat afin d'assurer leur retentissement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1) Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée (1) :

Plan marketing traduisant la stratégie élaborée, comprenant :

- la définition des objectifs poursuivis,
- la segmentation de la ou des cible(s) visée(s),
- les actions sélectionnées,
- la démonstration du ROI des actions sélectionnées,
- l'évaluation des moyens à mobiliser sous la forme d'un budget,
- le calendrier de réalisation des actions,
- les critères d'évaluation, outils, indicateurs de suivi

Conditions de l'évaluation (1) :

Etude de cas - Travail individuel - Production orale

Production évaluée (2) :

Plan d'action du déploiement opérationnel d'une stratégie digitale, comprenant :

- la présentation de la stratégie digitale et des objectifs visés,
- la sélection des outils et support de communication digitale,
- les modalités de référencement des outils et canaux de communication digitale,
- la charte éditoriale, visuelle et communautaire des contenus publiés sur les supports de communication digitale.

Conditions de l'évaluation (2) :

Mise en situation - Travail collectif - Production écrite et orale

Production évaluée (3) :

Le plan d'action du déploiement opérationnel d'une stratégie événementielle, comprenant :

- la présentation de la stratégie événementielle et des objectifs visés,
- le type et la nature de(s) événement(s) ou manifestation(s) à mettre en oeuvre,
- le profilage de chaque événement ou manifestation,
- le plan de communication de chaque événement ou manifestation.

Conditions de l'évaluation (3) :

Mise en situation - Travail collectif - Production écrite et orale

2) Pour les candidats issus de la VAE :

Production évaluée :

Dossier de preuves issues de l'expérience

Modalités de certification du bloc 2

Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences.

RNCP34771BC03 — Piloter la stratégie marketing digitale et événementielle de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Piloter la mise en oeuvre du plan marketing dans une dynamique de projet, en constituant au préalable les équipes-projet et structurant l'organisation, la répartition du travail et ses modalités de pilotage, en encadrant les équipes impliquées et en assurant la coordination et le suivi des actions entreprises, afin d'en garantir la conformité et la qualité et d'en évaluer l'efficacité.
- Piloter le processus de mobilisation de partenaires et prestataires pour la réalisation des actions du plan marketing, en définissant au préalable une politique de référencement adéquate et en déterminant les procédures, modalités et critères de recherche et sélection appropriés, afin de mettre en oeuvre les conditions garantissant la fourniture de leurs biens et services dans le respect des exigences de qualité, coût et délai.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1) Pour les candidats issus de la formation :

Production évaluée (1)

Plan de management de projet, concernant la mise en oeuvre d'une ou plusieurs actions découlant d'un plan marketing, dans le domaine du digital ou de l'événementiel et comprenant :

- la présentation de la méthode de conduite de projet,
- l'organigramme de l'équipe-projet,
- le descriptif des rôles, missions et interactions des membres de l'équipe-projet,
- les modalités d'organisation de travail, de collaboration et de communication,
- les éléments de référence du projet (budget, planning),
- les outils de suivi et d'évaluation.

Conditions de l'évaluation (1)

Etude de cas - Travail individuel - Production écrite

Production évaluée (2)

Conduite du processus d'achat d'une prestation à l'international, concourant à la réalisation d'une action de marketing digital ou événementiel, comprenant :

- le document de cadrage du service ou du bien recherché, rédigé en anglais,
- la définition des critères de qualité, coût et délai à respecter,
- la recherche de prestataires ou fournisseurs à l'international,
- la collecte et l'analyse de devis rédigés en anglais,
- la sélection du prestataire ou fournisseur,
- la définition de critères et outils d'évaluation de la prestation ou fourniture

Conditions de l'évaluation (2)

Etude de cas - Travail collectif - Production écrite et orale

2) Pour les candidats issus de la VAE

Production évaluée :

Dossier de preuves issues de l'expérience

Modalités de certification du bloc 3

Un certificat de compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat à l'issue de la validation du bloc de compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager marketing digital et événementiel exerce dans deux types d'environnement différents :

- Chez l'annonceur, il opère en interne pour élaborer et mettre en oeuvre la stratégie marketing de son organisation employeuse.
- Au sein d'agences spécialisées, il opère en externe et assure une prestation de services en matière de marketing digital et/ou événementiel à destination d'une organisation cliente.

Chez l'annonceur, les enjeux attachés à sa fonction étant potentiellement communs à tous les types d'organisation et transcendant tous les secteurs d'activité, le Manager marketing digital et événementiel peut être employé par toute entité dont la taille ou les moyens permettent d'internaliser un service marketing/communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les intitulés d'emploi varient selon la structure employeuse, mais les appellations les plus fréquemment rencontrées sont : responsable/directeur marketing, responsable/directeur communication, manager/chef de projet événementiel, consultant digital...

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 est conditionné par le statut du candidat :

- En formation initiale, les candidats doivent justifier d'une certification de niveau 6 ou d'un diplôme ayant grade de licence ou équivalent et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (épreuve écrite de synthèse avec commentaire d'un document de nature économique en lien avec le domaine de la certification, entretien de motivation et argumentation du projet professionnel)
- En formation continue, peuvent postuler à l'accès au dispositif de certification :
- Les candidats justifiant d'une certification de niveau 6 ou d'un diplôme ayant grade de licence ou équivalent dans le domaine du marketing ou de la communication ; ils doivent également satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.
- Les candidats justifiant d'une certification ou d'un diplôme de niveau 5, et d'au moins 3 années d'expérience professionnelle dans les domaines marketing, commercial, communication, et ayant satisfait aux épreuves de sélection de l'établissement.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE

Le jury est composé de 4 membres :

- 2 personnalités extérieures à l'établissement certificateur et étant des professionnels qualifiés dans le domaine du

marketing et ayant une expertise dans le digital et/ou l'événementiel,

- 2 représentants de l'établissement faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Le/La président(e) du jury est désigné(e) par l'ensemble des membres du jury, parmi les 2 personnalités extérieures à l'établissement.

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

Le jury est composé de 4 membres :

- 2 personnalités extérieures à l'établissement certificateur et étant des professionnels qualifiés dans le domaine du marketing et ayant une expertise dans le digital et/ou l'événementiel,
- 2 représentants de l'établissement faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Le/La président(e) du jury est désigné(e) par l'ensemble des membres du jury, parmi les 2 personnalités extérieures à l'établissement.

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	8 237 €
Selon la branche	6 435 € – 8 237 €
Prise en charge	Branches concernées
8 237 €	Valeur par défaut · 203 branches
7 200 €	CPNE chimie, CPNEF Spectacle Vivant, CPNEF de l'audiovisuel
8 100 €	CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme
7 725 €	CPNEFP Commerce à distance
7 650 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 912 €	CPNE Banque
6 879 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 693 €	CPNEFP de la métallurgie
6 435 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière

Base légale

Date de décision	23/07/2020
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/07/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	14	0	93 %	70 %
2017	23	0	96 %	60 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP23814

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34771/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	5 615 €
Coût moyen par dossier	2 808 €
Période	04/2021
France compétences	100 %

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