

Manager Digital (MS)

RNCP35198 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	326, 310p
Formacode(s)	31637, 34530, 34052, 34093
Code(s) ROME	M1705, M1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/01/2021
Date d'échéance	20/01/2024

Certificateur(s)

ESSCA · SIRET : 78611672300010

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire de la certification « Manager Digital » pilote la transformation et l'innovation digitale des entreprises et/ou autres organisations. Il accompagne la stratégie marketing de la structure en mobilisant notamment, l'analyse de la donnée au service du développement de la marque et des produits, et en intégrant les pratiques collaboratives de gestion des ressources humaines permises par les outils numériques.

Dans son étude de 2015, l'APEC avait classifié les métiers du numérique en 3 grandes familles d'emplois :

- Famille 1 : métiers de la donnée (data), de la stratégie et de l'innovation par le numérique
- Famille 2 : Les métiers du marketing digital opérationnel
- Famille 3 : Les métiers du marketing de la marque et du produit

ACTIVITÉS VISÉES

- A1. Concevoir une stratégie de transformation digitale
- A2. Manager les hommes et les projets numériques
- A3. Structurer la réflexion et établir un plan d'action marketing et commercial multicanal
- A4. Concevoir et mettre en place une plateforme de marque dans un contexte digital international .
- A5. Superviser le développement et piloter la mise en place d'un site e-commerce

COMPÉTENCES ATTESTÉES

B1.C1.

Elaborer un diagnostic de la situation digitale de l'entreprise pour identifier les projets organisationnels et techniques où les technologies numériques seront mises en œuvre

B1.C2.

Proposer à la direction générale un plan global de transformation numérique décliné en projets applicatifs dans le but de réaliser des gains de productivité

B1.C3.

Chiffrer le coût et les bénéfices attendus d'une stratégie de transformation digitale pour éclairer les décisions de la direction générale

B1.C4.

Mobiliser les techniques et méthodes de conception innovantes pour imaginer de nouveaux usages numériques porteurs de valeur pour l'entreprise

B1.C5.

Identifier les nouvelles compétences et les besoins en formation pour accompagner le changement et préparer les personnels à la transformation digitale

B2.C1.

Définir les besoins fonctionnels du commanditaire et traduire ces besoins en spécifications techniques pour fixer les objectifs d'un projet en termes de coûts, délais et qualité.

B2.C2.

Mobiliser les méthodes de gestion de projet agiles ou classiques pour conduire les projets de transformation numérique.

B2.C3.

Concevoir et mettre en place des indicateurs de performance pour piloter un projet numérique en développant une approche multivariée : financière, sociale et technique

B2.C4.

Faire émerger l'expression des motivations et des freins des différentes parties prenantes pour les faire adhérer aux projets de transformation digitale.

B2.C5.

Elaborer les objectifs à atteindre et les besoins en ressources internes et externes pour conduire la transformation numérique de l'entreprise.

B3.C1. Elaborer un diagnostic interne et externe et évaluer les risques et mérites de différentes options pour proposer un plan d'action marketing et commercial on et offline [1].

B3.C2. Mobiliser les techniques et méthodes de conception créative pour imaginer de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles pratiques numériques.

B3.C3. Introduire l'usage d'outils numériques innovants pour tester de nouveaux modèles économiques et de nouvelles pratiques professionnelles.

B3.C4. Définir les objectifs d'une stratégie marketing et commerciale innovante pour développer le volume d'activité et la rentabilité de l'entreprise.

B3.C5. Mobiliser des connaissances spécifiques en droit numérique et en protection juridique des marques pour élaborer et formuler une proposition de valeur on et offline.

B4.C1. Elaborer et formaliser une plateforme de marque pour guider les actions marketing et la communication en interne et en externe.

B4.C2. Enrichir l'expérience client on et offline pour développer la légitimité, la crédibilité et la dimension attributive de la marque

B4.C3. Mobiliser les techniques de communication digitales pour augmenter la notoriété et améliorer la réputation d'une marque sur les marchés internationaux.

B4.C4. Piloter la mise en place d'une nouvelle plateforme de marque internationale pour développer l'actif de marque hors des marchés domestiques.

B4.C5. Renforcer l'identité et l'image de marque des produits grâce aux outils numériques pour gagner des parts de marché à l'international.

B5.C1. Participer à la conception et au développement d'un site de commerce dématérialisé pour proposer une offre produits ou services via internet.

B5.C2. Elaborer et proposer une offre produits ou services spécifique accessible via internet pour développer le chiffre d'affaires et les parts de marché.

B5.C3. Contribuer à la spécification de l'interface entre l'internaute et le site pour optimiser l'expérience client tout au long du processus d'achat.

B5.C4. Mettre en œuvre un processus de paiement dématérialisé pour assurer la fluidité et la sécurité de toutes les transactions.

B5.C5. Organiser la chaîne d'approvisionnement complète de la plateforme e-business pour garantir la qualité de service attendue par le client.

B5.C6. Concevoir et mettre en place une stratégie de référencement du site pour augmenter le trafic et capter de nouveaux clients

[1]

On line : via internet et Off line : via les autres médias classiques (PQR, Radio, TV, ...)

Blocs de compétences

RNCP35198BC01 — Concevoir une stratégie de transformation digitale pour améliorer la productivité de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- B1.C1. Elaborer un diagnostic de la situation digitale de l'entreprise pour identifier les projets organisationnels et techniques où les technologies numériques seront mises en œuvre
- B1.C2. Proposer à la direction générale un plan global de transformation numérique décliné en projets applicatifs dans le but de réaliser des gains de productivité
- B1.C3. Chiffrer le coût et les bénéfices attendus d'une stratégie de transformation digitale pour éclairer les décisions de la direction générale
- B1.C4. Mobiliser les techniques et méthodes de conception innovantes pour imaginer de nouveaux usages numériques porteurs de valeur pour l'entreprise
- B1.C5. Identifier les nouvelles compétences et les besoins en formation pour accompagner le changement et préparer les personnels à la transformation digitale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas élaborées par le certificateur liées à la transformation par le digital des organisations : - Diagnostic situationnel et impact du digital sur le comportement organisationnelle - Leadership et plan de transformation à l'ère du digital - Recomposition du business modèle d'une entreprise par le digital – Analyse risque vs coûts Evaluation : rapport écrit (collectif) et soutenance orale (individuelle) devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants.

Défi entreprise - Etude cas réel fourni par une entreprise. Les apprenants sont amenés à produire un travail qui sera exploité par l'entreprise pour contribuer à sa stratégie de transformation digitale à travers une application concrète. Evaluation : rapport écrit (collectif) et soutenance orale (individuelle) devant le commanditaire et les autres apprenants.

RNCP35198BC02 — Conduire des projets dans le but d'intégrer des technologies numériques aux processus et aux pratiques de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- B2.C1. Définir les besoins fonctionnels du commanditaire et traduire ces besoins en spécifications techniques pour fixer les objectifs d'un projet en termes de coûts, délais et qualité
- B2.C2. Mobiliser les méthodes de gestion de projet agiles ou classiques pour conduire les projets de transformation numérique
- B2.C3. Concevoir et mettre en place des indicateurs de performance pour piloter un projet numérique en développant une approche multivariée : financière, sociale et technique
- B2.C4. Faire émerger l'expression des motivations et des freins des différentes parties prenantes pour les faire adhérer aux projets de transformation digitale.
- B2.C5. Elaborer les objectifs à atteindre et les besoins en ressources internes et externes pour conduire la transformation numérique de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée au management de projets numériques : - Ecriture et négociation d'un cahier des charges fonctionnels - Conduite de projet numériques sous méthode agile et classique - Manager à l'ère du digital Evaluation : rapport écrit (collectif) et soutenance orale (individuelle) devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants.

Projet tutoré d'application proposé par une entreprise il est réalisé en groupe de 3 élèves, il consiste à : - Identifier et caractériser le besoin d'un commanditaire - Rédiger un cahier des charges fonctionnel

- Livrer un prototype fonctionnel conforme aux attentes du commanditaire Evaluation : Démonstration à l'aide d'une maquette fonctionnelle devant les autres apprenants et au moins un représentant de l'entreprise commanditaire

RNCP35198BC03 — Structurer la réflexion et établir un plan d'action marketing et commercial multi canal pour développer le volume d'affaires existant

LISTE DE COMPÉTENCES

- B3.C1. Elaborer un diagnostic interne et externe et évaluer les risques et mérites de différentes options pour proposer un plan d'action marketing et commercial on et offline
- B3.C2. Mobiliser les techniques et méthodes de conception créative pour imaginer de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles pratiques numériques

B3.C3. Introduire l'usage d'outils numériques innovants pour tester de nouveaux modèles économiques et de nouvelles pratiques professionnelles

B3.C4. Définir les objectifs d'une stratégie marketing et commerciale innovante pour développer le volume d'activité et la rentabilité de l'entreprise

B3.C5. Mobiliser des connaissances spécifiques en droit numérique et en protection juridique des marques pour élaborer et formuler une proposition de valeur on et offline

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée à l'établissement d'un plan marketing et commercial multicanal : - Déclinaison en stratégies expérientielle, mobile et réseaux sociaux (social selling), content marketing, ... - Description d'actions de développement et de suivi du trafic on et off line - Analyse de données marketing et décisions stratégiques Evaluation : rapport écrit (collectif) et soutenance orale (individuelle) devant l'intervenant et les autres apprenants.

Audit comparé points de vente physique et site internet e-commerce. Objectifs : Mesurer la cohérence de l'expérience client cross-canal, analyser les différences comportements d'achat on et offline, préconiser des améliorations dans un plan d'action marketing et commercial multicanal Evaluation : rendu écrit individuel

RNCP35198BC04 — Concevoir et mettre en place une plateforme de marque pour développer l'actif de marque dans un contexte digital international

LISTE DE COMPÉTENCES

B4.C1. Elaborer et formaliser une plateforme de marque pour guider les actions marketing et la communication en interne et en externe

B4.C2. Enrichir l'expérience client on et offline pour développer la légitimité, la crédibilité et la dimension attributive de la marque

B4.C3. Mobiliser les techniques de communication digitales pour augmenter la notoriété et améliorer la réputation d'une marque sur les marchés internationaux

B4.C4. Piloter la mise en place d'une nouvelle plateforme de marque internationale pour développer l'actif de marque hors des marchés domestiques

B4.C5. Renforcer l'identité et l'image de marque des produits grâce aux outils numériques pour gagner des parts de marché à l'international

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée à l'établissement d'une plateforme de marque à l'international grâce au digital : - Développement de la plateforme de marque sous tous les vecteurs : identité, mission, vision, promesse, valeurs, ... - Apports du digital et spécificités à l'international Evaluation : rapport écrit (collectif) et soutenance orale (individuelle) devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants.

Audit comparé plateforme de marque et sites internet dans chaque pays Objectifs : - Mesurer la cohérence identitaire et attributive de la marque à l'international - Analyser les différences d'image de marque d'un pays à l'autre - Préconiser des améliorations pour renforcer l'actif de marque dans différents pays Evaluation : rendu écrit individuel

RNCP35198BC05 — Superviser le développement et piloter la mise en place d'une plateforme e-commerce pour développer le chiffre d'affaires et le service client

LISTE DE COMPÉTENCES

B5.C1. Participer à la conception et au développement d'un site de commerce dématérialisée pour proposer une offre produits ou services via internet

B5.C2. Elaborer et proposer une offre produits ou services spécifique accessible via internet pour développer le chiffre d'affaires et les parts de marché

B5.C3. Contribuer à la spécification de l'interface entre l'internaute et le site pour optimiser l'expérience client tout au long du processus d'achat

B5.C4. Mettre en œuvre un processus de paiement dématérialisé pour assurer la fluidité et la sécurité de toutes les transactions

B5.C5. Organiser la chaîne d'approvisionnement complète de la plateforme e-business pour garantir la qualité de service attendue par le client

B5.C6. Concevoir et mettre en place une stratégie de référencement du site pour augmenter le trafic et capter de nouveaux clients

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée la mise en place d'un site e-commerce : - Aspects logistiques du e-commerce - Expérience et service client dans le e-commerce - Indicateur de transformation visites versus achats - Evaluation des choix graphiques et des mises en avant produits - Référencement d'un site internet Evaluation : rapport écrit (collectif) et soutenance orale (individuelle) devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants.

Simulation Startup Innovation

Elaboration de modèles d'affaires e-business selon la méthode CANVAS sur la base d'idées développées par les étudiants. Evaluation : Elevator pitch (individuel), Veille technologique (écrit collectif), Maquette fonctionnelle (collectif)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Agences de communication et de marketing digital

Entreprises de services numériques

Entreprises de conseil en transformation digitales des organisations

Grandes entreprises dans lesquelles la fonction

"Chefs de Projet Digital MOA et MOE " apparaît

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Manager digital orienté stratégie, innovation ou transformation des organisations :

- Chief Digital Officer
- Responsable stratégie digitale
- Chef de projet digital
- Responsable des opérations digitales
- Directeur du développement business digital

Manager digital orienté marketing opérationnel :

- Responsable E-commerce ou E-business
- Responsable acquisition de trafic
- Responsable marketing online
- Social media manager
- Marketing Content manager
- Trafic manager

Manager digital orienté marque ou produit :

- Digital brand manager
- Brand manager
- Chef de projet Web ou Webmarketing

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 014 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · 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)

Projets de recrutement (BMO 2026)	23 095
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) 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

Sont recevables les candidatures d'étudiants titulaires d'un des diplômes suivants :

- Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieur (liste CTI)
- Diplôme d'une école de management habilitée à délivrer le grade national de Master (liste CEFDG)
- Diplôme de 3ème cycle habilité par les autorités universitaires (DEA, DESS, Master...) ou diplôme professionnel de niveau 7
- Diplôme de M1 ou équivalent, pour des auditeurs justifiant d'au moins trois années d'expérience professionnelle
- Titre inscrit au RNCP niveau 7
- Diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus.

Conditions d'accès pour un public avec expérience professionnelle: ?

Dans la limite de 20 % maximum de l'effectif de la promotion, sont recevables après une procédure VAPP, les candidatures de personnes justifiant a minima de 10 années d'expérience professionnelle hors stage, césure, cursus initial en alternance et ne répondant pas aux prérequis d'admission ci-dessus ni à ceux de la dérogation présentée ci-après.

Par dérogation? pour 30 % maximum du nombre d'étudiants sont recevables les candidatures d'étudiants titulaires d'un des diplômes suivants?:

- Niveau M1 validé ou équivalent sans expérience professionnelle
- Diplôme de L3 justifiant d'une expérience adaptée de 3 ans minimum

Le pourcentage total des dérogations prévues ci-dessus ne doit pas excéder 40%.

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

La composition courante du jury de la délivrance de la certification est la suivante :

Qualité du (de la) président(e) du jury : Dirigeant d'entreprise spécialisée dans les technologies digitales.

Dirigeant de société, président du jury

Directrice Market & Data Analysis en entreprise

Professeur des Universités, IAE de Paris

Maître de conférences, Université Panthéon, Assas, Paris 2

Personnalité représentant le Rectorat d'Académie : IA-IPR d'Economie Gestion, Rectorat d'Académie de Nantes

Directeur général de l'ESSCA

Directeur général adjoint, en charge des affaires académiques de l'ESSCA

Responsable du programme MS Management Digital de l'ESSCA

Professeur, Responsable du cloud campus de l'ESSCA

Directeur de la formation continue et des relations entreprises de l'ESSCA

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de Validation des Acquis de l'Expérience est composé de deux représentants ESSCA et deux personnalités extérieures en activité dans le secteur des métiers du digital.

Pour l'ESSCA :

- Chargée de mission VAE de l'ESSCA

- Directeur de la Formation Continue ESSCA ou son représentant
- Personnalités extérieures :
- Un représentant du collège salarié
 - Un représentant du collège employeur

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	8 407 €
Selon la branche	7 500 € – 8 725 €
Prise en charge	Branches concernées
8 407 €	Valeur par défaut · 206 branches
8 725 €	CPNEF de l'audiovisuel, CPNEFP Mutualité, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 533 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 800 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

Date de décision	20/01/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/01/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2017	19	0	100 %	84 %
2016	7	0	100 %	86 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38437

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35198/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	5
Parcours menés à terme	7

Taux d'achèvement	140 %
Période	09/2022 – 10/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	9
Montant total engagé	39 766 €
Coût moyen par dossier	4 418 €
Durée moyenne	415 h
Période	07/2021 – 12/2023
France compétences	58 %
Entreprise	42 %

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