

Manager Produits et Marketing

RNCP35960 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	32025, 34052
Code(s) ROME	M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	15/10/2021
Date d'échéance	15/10/2026

Certificateur(s)

ESGCV · SIRET : 75253547600325

Partenaires habilités

13 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 10 à former et organiser l'évaluation et 3 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADG	52004190600048	Former
BEFORMA	85222156300038	Former et organiser l'évaluation
COMUNDI	79922203900031	Former et organiser l'évaluation
DIRECTT FORMATION	82535070500034	Former
ESGCV	75253547600580	Former et organiser l'évaluation
ESGCV -75253547600143	75253547600143	Former et organiser l'évaluation
ESGCV - 75253547600242	75253547600242	Former et organiser l'évaluation
ESG / ESARC EVOLUTION	75253547600465	Former et organiser l'évaluation
ESG LUXE	75253547600390	Former et organiser l'évaluation
ESG SPORT	75253547600341	Former

Liste complète des 13 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35960-manager-produits-et-marketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

le Manager Produits et Marketing assure la responsabilité ou participe au développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché.

ACTIVITÉS VISÉES

Pilotage d'un système de veille (analyse produits, concurrents et consommateurs)

Diagnostic du développement du produit ou du service
Proposition d'une vision de structuration et de développement de la marque ou du produit/service
Optimisation des budgets
Élaboration de la stratégie de distribution
Élaboration du plan de communication
Développement de l'univers de marque
Déploiement d'actions de promotions
Gestion des relations avec les prestataires
Optimisation de la gestion des retours clients
Suivi de l'évolution commerciale du produit ou de la gamme ainsi que l'évaluation

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Piloter un système de veille en se basant sur la segmentation client afin de s'adapter aux évolutions du marché lors des prises de décisions
Analyser le positionnement de la marque et des produits, ainsi que les habitudes de la cible dans le contexte concurrentiel de l'organisation, afin de proposer un produit ou un service adapté
Réaliser un diagnostic stratégique de développement du produit ou du service en utilisant les matrices d'analyse dans le but d'évaluer les risques et opportunités lors du lancement sur le marché
Structurer la proposition de valeur du produit ou du service en intégrant les enjeux du mix marketing (4P/4C), dans le but de proposer la meilleure offre en réponse au besoin de la cible
Élaborer avec l'appui des équipes commerciales, la politique tarifaire, en se basant sur le type de stratégie préalablement définie, afin d'atteindre les objectifs de rentabilité fixés
Gérer les budgets en optimisant leur utilisation par les différents services, pour atteindre les objectifs marketing fixés
Identifier, avec l'appui des équipes commerciales, les canaux de distribution en cohérence avec la stratégie définie, dans le but d'optimiser la couverture de marché auprès des cibles
Évaluer la performance du plan de communication, en utilisant les outils adaptés (Google Trends, CRM, SEM, social selling data, etc.), dans le but de détecter les éventuelles faiblesses de la stratégie déployée
Déployer l'identité de la marque, en s'appuyant sur la plateforme de marque dans le but de garantir la cohérence de la stratégie marketing et de l'expérience client
Déployer des actions de promotion du produit ou du service proposé, selon les contraintes budgétaires, en mobilisant des prestataires et des partenaires, afin de toucher les cibles identifiées
Référer les prestataires et les fournisseurs selon une grille de critères afin d'identifier leur importance sur la réalisation des objectifs marketing et de définir la nature de la relation à établir
Mesurer l'expérience client en utilisant les outils et méthodes de questionnement adaptés aux cibles afin d'identifier la nature des insatisfactions et les axes de progrès de l'offre globale
Animer une équipe de collaborateurs, en adoptant des outils et des méthodes de management, en vue de développer l'efficacité collective de son équipe pour soutenir la réalisation des objectifs individuels et collectifs
Coordonner l'utilisation des outils marketing par les différents services de l'organisation, en gérant les interfaces et les droits d'accès, afin de partager les informations relatives à la performance de la stratégie marketing
Évaluer la performance commerciale du produit ou du service en structurant la remontée des données dans les tableaux de bords permettant de suivre les indicateurs de performance (KPI), dans le but d'adapter la stratégie marketing

Blocs de compétences

RNCP35960BC01 — Définition de la stratégie marketing de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter un système de veille en se basant sur la segmentation client afin de s'adapter aux évolutions du marché lors des prises de décisions.
Analyser le positionnement de la marque et des produits, ainsi que les habitudes de la cible dans le contexte concurrentiel de l'organisation, afin de proposer un produit ou un service adapté.
Réaliser un diagnostic stratégique de développement du produit ou du service en utilisant les matrices d'analyse dans le but d'évaluer les risques et opportunités lors du lancement sur le marché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel et/ou projet de consulting

RNCP35960BC02 — Déploiement de la stratégie marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Structurer la proposition de valeur du produit ou du service en intégrant les enjeux du mix marketing (4P/4C), dans le but de proposer la meilleure offre en réponse au besoin de la cible

Élaborer avec l'appui des équipes commerciales, la politique tarifaire, en se basant sur le type de stratégie préalablement définie, afin d'atteindre les objectifs de rentabilité fixés

Gérer les budgets en optimisant leur utilisation par les différents services, pour atteindre les objectifs marketing fixés

Identifier, avec l'appui des équipes commerciales, les canaux de distribution en cohérence avec la stratégie définie, dans le but d'optimiser la couverture de marché auprès des cibles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel et/ou projet de consulting

RNCP35960BC03 — Mise en oeuvre du plan marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Évaluer la performance du plan de communication, en utilisant les outils adaptés (Google Trends, CRM, SEM, social selling data, etc.), dans le but de détecter les éventuelles faiblesses de la stratégie déployée

Déployer l'identité de la marque, en s'appuyant sur la plateforme de marque dans le but de garantir la cohérence de la stratégie marketing et de l'expérience client

Déployer des actions de promotion du produit ou du service proposé, selon les contraintes budgétaires, en mobilisant des prestataires et des partenaires, afin de toucher les cibles identifiées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation

Projet professionnel et/ou projet de consulting

RNCP35960BC04 — Management et suivi qualité

LISTE DE COMPÉTENCES

Référencer les prestataires et les fournisseurs selon une grille de critères afin d'identifier leur importance sur la réalisation des objectifs marketing et de définir la nature de la relation à établir

Mesurer l'expérience client en utilisant les outils et méthodes de questionnement adaptés aux cibles afin d'identifier la nature des insatisfactions et les axes de progrès de l'offre globale

Animer une équipe de collaborateurs, en adoptant des outils et des méthodes de management, en vue de développer l'efficacité collective de son équipe pour soutenir la réalisation des objectifs individuels et collectifs

Coordonner l'utilisation des outils marketing par les différents services de l'organisation, en gérant les interfaces et les droits d'accès, afin de partager les informations relatives à la performance de la stratégie marketing

Évaluer la performance commerciale du produit ou du service en structurant la remontée des données dans les tableaux de bords permettant de suivre les indicateurs de performance (KPI), dans le but d'adapter la stratégie marketing

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation

Analyse réflexive de la pratique professionnelle

Projet professionnel et/ou projet de consulting

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager Produits et Marketing travaille principalement chez l'annonceur, fabricant ou en retail dans une démarche BtoC (business to consumer). Il peut exercer au sein de PME, PMI et grands groupes, dans tous secteurs d'activités.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de produit / Chef de produit France

Chef de produit e-commerce / Chef de produit digitale

Chef de gamme / Chef de groupe / Chef de marque / Chef de marché

Category manager

Brand manager
Chargé d'études marketing
Chef de projets marketing
Responsable marketing
Manager marketing

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les prérequis détaillés ci-dessous correspondent aux prérequis de passage de la certification selon les différentes modalités d'accès (hors VAE).

Ils ne présument en rien des prérequis d'accès à la formation préparant au passage du titre. En effet, ces derniers sont stipulés dans le règlement intérieur de l'établissement (OF) et ils peuvent être plus contraignants que ceux du titre.

Les critères ci-après déterminent les conditions de présentation des candidats au jury de délivrance de la certification :

En formation initiale (étudiants) avec effet cumulatif :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 6, d'un bac+3, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 180 ECTS ;
- Avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En apprentissage ou contrat de professionnalisation :

Cursus en 3 ans* :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5 d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 ECTS, - Avoir effectué un cursus de formation en alternance de 36 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Cursus en 2 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 6 d'un bac+3, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir

validé 180 ETCS,

- Avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné ;

Cursus en 1 an :

- Être titulaire d'une certification de niveau 6, d'un bac+4, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 240 ETCS,

- Avoir effectué un cursus de formation en alternance de 12 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné ;

En formation professionnelle :

- Avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

Et :

- Être titulaire d'une certification de niveau 6, d'un bac+3, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 180 ETCS avec une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 24 mois,

Ou :

- Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5 et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 36 mois,

Ou :

- Être titulaire d'un Baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 48 mois

Dérogations spécifiques :

- Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...). Ce dispositif de valorisation des acquis se rapprocherait d'une VAE Mixte.

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

Le jury est composé de 4 membres dont deux professionnels externes exerçant dans le métier visé

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	7 801 €
Selon la branche	3 225 € – 8 316 €
Prise en charge	Branches concernées
7 801 €	Valeur par défaut · 186 branches
8 316 €	CNPE des sociétés financières, CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEF de la Publicité
6 750 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 840 €	CPNE Banque, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
8 299 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
8 100 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande
7 830 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
7 740 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet

7 725 €	CPNEFP Commerce à distance
7 650 €	CPNE Branche Caoutchouc
7 281 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 200 €	CPNE chimie
6 660 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
6 300 €	CPNEFP de la métallurgie
5 850 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
3 225 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	15/10/2021
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	15/10/2026

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	60	0	85 %	—
2018	44	0	68 %	61 %
2017	38	0	87 %	62 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26953

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42647

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.mba-esg.com/domaine-marketing>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35960/>

Où se former

Formations référencées	23
Organismes	2
Régions couvertes	1
Prix indicatif	2 090 € – 7 190 €
Durée	14 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	4
Organismes gestionnaires (CFA)	4
Organismes formateurs	4
Régions couvertes	4
Départements couverts	4
Organismes certifiés Qualiopi	4
Formations à distance	2
Sessions	de 09/2024 à 12/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	634
Parcours menés à terme	467
Taux d'achèvement	74 %
Période	02/2022 – 08/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	719
Montant total engagé	1 727 515 €
Coût moyen par dossier	2 403 €
Durée moyenne	188 h
Période	12/2021 – 08/2026
France compétences	84 %
Entreprise	9 %
France Travail	3 %
Reste à charge titulaire	2 %
OPCO	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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