

Manager du marketing et de la transformation digitale

RNCP36119 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320p, 312
Formacode(s)	34530, 46347, 34093
Code(s) ROME	E1103, M1402, M1705, M1707, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/01/2022
Date d'échéance	26/01/2027

Certificateur(s)

EFAP RHONE-ALPES SAS · SIRET : 50951686000020

EFAP LILLE-EUROPE SAS · SIRET : 50957859700023

EFAP-ICART AQUITAINE SAS · SIRET : 50952954100013

EFAP RHONE-ALPES SAS · SIRET : 50951686000079

<https://www.efap.com/>

GROUPE EDH SAS · SIRET : 38122405400159

EFAP PARIS MBA · SIRET : 85295362900015

<https://www.efap.com/>

EFAP PARIS MBA · SIRET : 85295362900031

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EFAP PARIS MBA	85295362900015	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les pratiques de la communication et du marketing ont considérablement évolué sur les 20 dernières années sous l'impulsion de la digitalisation croissante de nos économies et sociétés. Par conséquent les métiers se sont transformés rapidement et nécessitent dorénavant des formations pointues et riches permettant l'acquisition de compétences techniques et de savoir-faire (hard skills) nouvelles et le développement de compétences comportementales (soft skills) essentielles.

ACTIVITÉS VISÉES

Activités visées par la certification Manager du Marketing et de la Transformation digitale :

- Définition d'une stratégie à partir d'une demande interne ou externe, dans le contexte d'un nouveau projet ou dans la continuité d'actions de marketing / communication existantes.
- Pilotage de projets digitaux variés (campagne de marketing digital, création d'un site web et/ou d'une application mobile, création d'un site e-commerce, conception d'un tunnel de conversion).
- Management et animation de collaborateurs internes et d'externes free-lance

dans un environnement complexe (monde VUCA).

- Déploiement de la transformation digitale dans l'entreprise : anticipation des phénomènes de disruption du business, compréhension des enjeux de compétences et d'expertise des ressources humaines, projection de l'arrivée de nouvelles technologies.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences attestées par la certification Manager du Marketing et de la Transformation digitale :

- Analyser la stratégie globale et omnicanale de l'entreprise et identifier les leviers pertinents pour définir la stratégie digitale adaptée.
- Elaborer et répartir le budget en fonction du retour sur investissement attendu par levier.
- Planifier les opérations de marketing et de communication digitale et définir les indicateurs clés (KPI) nécessaires au pilotage de la performance.
- Elaborer le cahier des charges et le plan d'action en couvrant l'ensemble des critères marketing et techniques spécifiques à chaque levier du projet digital.
- Piloter la performance des outils/développement créés via des flux de mesure spécifiques et des tableaux de bord opérationnels.
- Optimiser l'ensemble des ressources nécessaires à la mise en œuvre du projet digital.
- Coordonner/ animer les équipes internes et externes aux compétences hyperspécialisées, en mobilisant les outils de gestion collaboratifs, les méthodes agiles et les softs skills adaptés.
- Anticiper les phénomènes de disruption et leurs impacts pour y apporter des réponses stratégiques dans un objectif de RSE et de « Tech for good ».
- Mobiliser des compétences comportementales spécifiques (pensée systémique, intelligence émotionnelle...) pour transmettre la culture d'innovation.
- Appréhender les enjeux de l'intelligence artificielle et définir les interactions pertinentes.

Blocs de compétences

RNCP36119BC01 — Définir une stratégie de marketing et de communication digitale.

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser la stratégie globale et omnicanale de l'entreprise et ses enjeux digitaux dans son contexte interne et externe pour formaliser un brief cohérent.
- Identifier les leviers pertinents d'acquisition de trafic, de conversion des prospects en clients et de fidélisation (CRM) pour définir une stratégie digitale en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise.
- Définir le budget et les ressources nécessaires à la réalisation de la stratégie digitale pour le répartir en fonction des retours sur investissement attendus par levier.
- Concevoir et planifier les opérations de marketing et de communication digitale en lien avec l'ensemble des canaux de l'entreprise afin de constituer le plan d'action à la fois global et spécifique à chaque levier.
- Définir les indicateurs mesurables de chaque opération en fonction des réalités business de l'entreprise et des contraintes budgétaires, pour que la notion de ROI devienne un focus stratégique pour tous les acteurs du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation à partir d'une problématique réelle d'un annonceur: compétition sur le modèle des agences de communication digitale.

Présentation orale accompagnée d'un support de présentation stratégique.

RNCP36119BC02 — Piloter des opérations de marketing digital et de e-commerce.

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir un cahier des charges qui prend en compte la dimension marketing, technologique et des fonctionnalités du parcours utilisateur pour que chaque acteur du projet partage la référence commune des livrables.
- Mettre en œuvre les différents leviers ou étapes du projet digital en s'assurant que l'ensemble des critères marketing et technique définis dans le cahier des charges sont activés pour déployer la globalité de l'opération.
- Construire les flux de mesures spécifiques à chaque levier afin de pouvoir manager et adapter la performance des outils publicitaires ou des développements spécifiques.
- Structurer les informations remontantes des outils d'analyse de trafic et d'audience et synthétiser les indicateurs clés de performance dans un tableau de bord managérial afin d'aligner les résultats avec les objectifs de la stratégie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production de livrables : site web / projet de site e-commerce /audit de référencement naturel /déploiement de campagne SEA...

Evaluation de la production et évaluation orale (restitution). Passage de certifications "marché".

RNCP36119BC03 — Gérer des équipes et des expertises sur des projets digitaux complexes

LISTE DE COMPÉTENCES

- Arbitrer dans un environnement de choix complexes en prenant en compte l'ensemble des paramètres inhérents au projet : solutions techniques disponibles, capacités financières de l'entreprise, ressources humaines maturités digitales de l'entreprise et du marché afin de mettre en œuvre les ressources optimales pour la réussite du projet.
- Organiser les retro planning et coordonner les équipes avec les outils de gestion de projet collaboratif pour maîtriser le temps de production, anticiper les risques et assurer le livrable dans les délais.
- Gérer des acteurs aux profils hétérogènes et aux talents hyper spécialisés en mobilisant des soft skills d'écoute, d'adaptabilité, et d'interculturalité, pour asseoir le pilotage du projet digital.
- Manager et motiver les équipes internes et externes avec les outils digitaux de travail collaboratif, afin d'assurer une communication permanente entre tous les acteurs et l'atteinte de l'objectif commun.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle : compétition de fin de formation / Projet de consultant junior.

Evaluation individuelle et collective par l'entreprise.

RNCP36119BC04 — Initier et manager les innovations de transformation digitale.

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser des cas de disruption et d'innovation digitale de modèles variés pour projeter les risques de bouleversement dans le modèle économique de l'entreprise et déployer des réponses stratégiques adaptées.
- Appliquer les outils et méthodologies de conduite du changement en termes :
- d'impacts humains de la transformation digitale pour définir les besoins en formation et accompagnement des ressources humaines
- de technologies d'innovation et de disruption à mettre en place pour déployer le plan de transformation digitale.
- Transmettre la culture d'innovation dans l'entreprise en mobilisant des soft skills spécifiques pour résoudre les problèmes complexes que posent la transformation digitale.
- Identifier les enjeux, les acteurs, les technologies de l'intelligence artificielle en ayant une connaissance des « cultures » scientifiques pour favoriser un usage collaboratif et éthique de cette technologie révolutionnaire et de ses impacts sociétaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle : réalisation d'une Masterclasse /Présentation d'un rapport devant des professionnels.

Évaluation orale.

Production de livrables : rédaction de 10 articles sur

la transformation digitale/ rendu de dossier sur l'intelligence artificielle.

Évaluation de la production écrite.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager du Marketing et de la Transformation digitale exerce majoritairement dans 5 grandes familles de structures :

- Agences de publicité et de marketing (généralistes ou spécialisées)
- "Pure-players" du marktech-adtech et de l'e-commerce (des GAFA aux start-up)
- Annonceurs
(industriels, producteurs de services et distributeurs)
- Cabinets de conseil/ ESN
- Entrepreneuriat : missions en free-lance, création de start-up...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Account Manager Social Media/SEA/Affiliation
- Chef de produit / Product Owner
- Chef de projet marketing digital et/ou communication digitale et/ou spécialisé sur un levier
- Consultant en marketing digital/ Consultant en transformation digitale (en agence/ indépendant/ en cabinet de conseil)
- Directeur de clientèle/ Directeur des opérations
- Dirigeant d'entreprise (Entrepreneur/ Startuper/ CEO/ COO)
- Manager du marketing digital/ Manager de la communication digitale

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de Manager du Marketing et de la Transformation digitale n'est pas règlementé. Il nécessite toutefois une bonne connaissance du droit commercial, du droit d'auteurs et des images, du cadre français et européen du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), ainsi que la prise en compte du « Digital Service Act » et du « Digital Market Act » (décembre 2020) - futurs nouveaux cadres réglementaires de l'internet.

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 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 912 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · 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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	30 794
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	8 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R1X68 — Employés des services commerciaux 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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS
Apprentissage

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire d'un diplôme de niveau 6 ou équivalent /Avoir des connaissances de bases en marketing et communication.

Etude du dossier de candidature et entretien de motivation portant sur :

Les expériences clés démontrant la capacité à suivre la formation/ la compréhension globale des enjeux du métier.

La compréhension et l'adhésion aux objectifs du programme.

L'adéquation du projet professionnel avec les objectifs de la certification.

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

- Quatre professionnels des métiers du marketing et de la transformation digitale
- Deux représentants de l'organisme certificateur (représentant également les co-certificateurs).

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Quatre professionnels des métiers du marketing et de la transformation digitale
- dont des membres identiques au Jury VAE.
- Deux représentants de l'organisme certificateur (représentant également les co-certificateurs).

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	9 157 €
Selon la branche	6 500 € – 10 683 €
Prise en charge	Branches concernées
9 157 €	Valeur par défaut · 146 branches
10 683 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Travail Temporaire, CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
8 360 €	COPANIEF - Fabricant de sucres, CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Branche ITV, CPNE des MFR, CPNE des Vins et Spiritueux
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP des jardineries et graineteries, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
9 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de la branche Banque Populaire
9 000 €	CPNE Banque, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire, CPNEFP des industries des tuiles et briques
7 000 €	CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Mutualité, CPNEFP de la métallurgie
7 631 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire, CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
10 622 €	CPNE Casinos
10 000 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
9 992 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance
9 842 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires
9 800 €	CPNEF de l'audiovisuel
9 231 €	CPNEFP Commerce à distance

9 200 €	CNPE des sociétés financières
9 114 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 701 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
8 681 €	CPNEFP Coopératives de consommateurs
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 400 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
8 335 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 000 €	CPNE chimie
7 882 €	CPNEF de la presse et des agences de presse
7 700 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	26/01/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/01/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	77	0	88 %	—
2018	58	0	81 %	83 %

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.efap.com/formation-communication/mba-marketing-digital>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36119/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	14
Parcours menés à terme	14
Taux d'achèvement	100 %
Période	03/2022 – 09/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	16
Montant total engagé	92 983 €
Coût moyen par dossier	5 811 €
Durée moyenne	1046 h
Période	02/2022 – 11/2023
France compétences	51 %
Reste à charge titulaire	49 %

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