

Manager de projets en stratégies digitales et data marketing (MS)

RNCP36158 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 310m, 312
Formacode(s)	34030, 34076, 34093
Code(s) ROME	E1402, M1703, M1704, M1705, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/01/2022
Date d'échéance	26/01/2025

Certificateur(s)

AUDENCIA · SIRET : 83474886500013

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
AUDENCIA	83474886500013	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500021	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500039	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500062	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500070	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager de projets en stratégies digitales et data marketing est un spécialiste en projets digitaux, qui exerce ses fonctions au sein d'une direction marketing ou e-commerce. Il définit et assure l'efficacité du positionnement digital de l'entreprise. Ses missions sont liées à la communication digitale, l'efficacité commerciale des supports digitaux ou à la stratégie webmarketing de l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

Définir et développer une stratégie d'innovation en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise

Manager des projets digitaux innovants

Construire et piloter un projet entrepreneurial ou intrapreneurial en e-business

Mettre en œuvre une stratégie webmarketing

Piloter une stratégie digitale par la donnée

Développer une application digitale, mobile, web en adoptant une démarche responsable

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Assurer une veille sur l'environnement et l'écosystème de l'entreprise afin de diagnostiquer l'existant en matière

d'innovation et d'identifier les opportunités et menaces du marché (signaux faibles)

Conduire une veille stratégique en collectant l'information et en l'organisant afin de créer un processus technologique d'analyse des données et de présentation d'informations pour aider les dirigeants, managers et autres utilisateurs finaux de l'entreprise à prendre des décisions commerciales éclairées

Mener une recherche basée sur deux principaux types de terrains : primaires (sources universitaires, cadre technologique, tendances sociales, politiques etc.) et secondaires (interviews d'usagers, ...) pour Identifier les éléments clés à mettre en œuvre pour innover

Formaliser une stratégie d'innovation de l'entreprise en rédigeant un plan de développement et de financement intégrant de nouveaux territoires d'opportunités dans l'optique de piloter l'innovation dans l'entreprise et accompagner le changement

Recueillir dans le cadre d'études qualitatives la parole des consommateurs et des utilisateurs d'un produit ou d'un service en faisant appel à différentes techniques (observation, entretien, ethnographie, autres techniques utilisées par les designers, marketeurs et chercheurs) afin de définir les besoins des clients et les attentes des consommateurs

Dessiner les parcours clients en identifiant les moments clés et les points de contacts précis pour transcrire les besoins et attentes identifiés en besoins universels (insights) exprimés directement ou indirectement

Tester les solutions imaginées dans une démarche de co-construction (focus groups et tests utilisateurs) pour recueillir les informations essentielles et les retranscrire pour faire en tirer un outil de décision stratégique

Recueillir les besoins d'un commanditaire au travers d'un questionnaire précis suite à l'analyse du brief ou de la commande reçu afin de réaliser un diagnostic des enjeux et de proposer une méthodologie adaptée précisant les séquences et livrables intermédiaires.

Mettre en œuvre le management du projet et son suivi en faisant appel aux différentes approches possibles (méthode en cascade, méthodes agiles, méthodes hybrides) afin de répondre au mieux aux objectifs spécifique du projet

Valoriser les données et les rendus visuels en utilisant les outils de traitement de données et logiciels de traitement d'image et de la photo après une identification des critères d'évaluation adaptés aux spécificités d'un projet Présenter à un commanditaire la solution finale et ses recommandations en développant une argumentation justifiée par ses points forts afin de le convaincre de l'adéquation de la proposition avec ses besoins.

Analyser, à partir d'un recueil de données pertinent et d'un diagnostic des enjeux, un contexte de création d'entreprise ou de création d'une nouvelle opportunité afin d'appliquer le processus entrepreneurial adapté à celui-ci

Analyser l'opportunité de marché par la mise en œuvre d'études et analyses de marché pour justifier la pertinence de l'opportunité entrepreneuriale

Faire appel aux méthodologies du « lean management » pour élaborer une proposition de valeur

Prototyper et tester la solution innovante pour aiguiller de manière viable les orientations du projet

Réaliser un business plan qui budgétise jusqu'à la mise sur le marché et propose un modèle économique de la solution qui rende compte de la faisabilité économique du projet

Communiquer stratégiquement sur son projet par le biais d'une présentation cohérente et convaincante du projet afin de proposer un modèle d'affaires viable et réaliste à des potentiels clients ou investisseurs

Ecrire un contenu pertinent, de qualité et bien structuré, après analyse du public cible, afin de garantir durabilité et compétitivité du référencement d'un site, d'une page web ou d'une application (en langage technique, SEO : Search Engine Optimization)

Modifier les éléments du code informatique pour que les robots de référencement accèdent au contenu du site, page web ou application et puissent en analyser et en comprendre rapidement le contenu (textes et indexation des images...)

Mettre en place des campagnes publicitaires aux formats adaptés à la stratégie publicitaire envisagée en concevant des contenus créatifs ciblés et en mobilisant les principales fonctionnalités des plateformes d'achat de campagnes (plateformes d'achat de mots clés ou plateformes d'achat de bannières et de vidéos publicitaires) pour améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche et les sites e-commerce

Mettre en place une stratégie de réseaux sociaux (stratégies SMO : social media optimization) pertinente en utilisant les ressources des principaux réseaux (Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Twitter, Youtube) afin d'atteindre le public cible

· Mettre en place une stratégie publicitaire sur plusieurs canaux de communication de manière efficace, pertinente et créative en cohérence avec la stratégie marketing de la marque ou de l'entreprise

Utiliser des méthodes d'achat différentes (campagnes automatisées et campagnes de gré à gré) sur différentes plateformes et les optimiser afin d'atteindre les objectifs marketing fixés

Piloter, par l'identification et la mise en œuvre de solutions technologiques adaptées, des campagnes publicitaires sur le web et sur les applications mobiles pour les optimiser et atteindre les objectifs marketing fixés

Analyser une base de donnée clients existante en utilisant un logiciel d'analyse et de traitement des données pour définir la stratégie de segmentation client à réaliser

Mettre en œuvre un plan de marquage en mobilisant les outils techniques liés (Google tag manager, Google analytics, google data studio...) afin d'intégrer des outils de recueil de données dans un site web répondant à la stratégie définie

Utiliser les données en mobilisant les outils et techniques spécifiques (Google analytics, Google data studio, tableau de visualisation et d'exploitation de la donnée, ...) pour proposer un outil de pilotage lisible par des tiers et facilement actionnable à des fins opérationnelles de suivi et de pilotage des actions marketing (acquisition, conversion et fidélisation)

Envisager les solutions possibles en identifiant les prestataires existants afin de les articuler entre elles

Actionner plusieurs bases de données à partir d'une source unique de données afin d'optimiser la stratégie data marketing

Appliquer les principes de base du code informatique en différenciant les différents objets digitaux (web application, site web...) et en utilisant les différentes familles de langages informatiques, dans le but de construire une application digitale, mobile, web à partir d'une page blanche.

Décoder la manière dont les différents éléments s'interfacent, à partir de l'analyse de l'architecture d'un système d'information (SI) derrière un site e-commerce, afin de faire une proposition alternative et améliorée sous forme de maquette

Optimiser un objet digital, le rendre attractif et lui apporter des fonctionnalités innovantes en mobilisant les outils de création de contenus et les techniques de personnalisation pour optimiser sa visibilité pour sa cible

Elaborer un contenu en mobilisant les techniques existantes (privacy by design) afin de prendre en compte les éléments légaux et les règlements en vigueur dans le respect de la vie privée des utilisateurs

Optimiser la conception d'un produit digital en analysant son cycle de vie et en mobilisant les techniques existantes (écoconception) dans le but d'atteindre la neutralité écologique

Blocs de compétences

RNCP36158BC01 — Définir et développer une stratégie d'innovation en adéquation avec la stratégie globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer une veille sur l'environnement et l'écosystème de l'entreprise afin de diagnostiquer l'existant en matière d'innovation et d'identifier les opportunités et menaces du marché (signaux faibles)

Conduire une veille stratégique en collectant l'information et en l'organisant afin de créer un processus technologique d'analyse des données et de présentation d'informations pour aider les dirigeants, managers et autres utilisateurs finaux de l'entreprise à prendre des décisions commerciales éclairées

Mener une recherche basée sur deux principaux types de terrains : primaires (sources universitaires, cadre technologique, tendances sociales, politiques etc.) et secondaires (interviews d'usagers, ...) pour Identifier les éléments clés à mettre en œuvre pour innover

Formaliser une stratégie d'innovation de l'entreprise en rédigeant un plan de développement et de financement intégrant de nouveaux territoires d'opportunités dans l'optique de piloter

l'innovation dans l'entreprise et accompagner le changement
Recueillir dans le cadre d'études qualitatives la parole
des consommateurs et des utilisateurs d'un produit ou d'un service en faisant
appel à différentes techniques (observation, entretien, ethnographie, autres
techniques utilisées par les designers, marketeurs et chercheurs) afin de
définir les besoins des clients et les attentes des consommateurs
Dessiner les parcours clients en identifiant les
moments clés et les points de contacts précis pour transcrire les besoins et
attentes identifiés en besoins universels (insights) exprimés directement ou
indirectement
Tester les solutions imaginées dans une démarche de
co-construction (focus groups et tests utilisateurs) pour recueillir les
informations essentielles et les retranscrire pour faire en tirer un outil de décision stratégique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique, rapport écrit et présentation orale

RNCP36158BC02 — Manager des projets digitaux innovants

LISTE DE COMPÉTENCES

Recueillir les besoins d'un commanditaire au travers
d'un questionnaire précis suite à l'analyse du brief ou de la commande reçu
afin de réaliser un diagnostic des enjeux et de proposer une méthodologie adaptée
précisant les séquences et livrables intermédiaires
Mettre en œuvre en cascade, méthodes agiles,
méthodes hybrides) afin de répondre au mieux aux objectifs spécifiques du projet
Valoriser les données et les rendus visuels en
utilisant les outils de traitement de données et logiciels de traitement
d'image et de la photo après une identification des critères d'évaluation adaptés aux spécificités d'un projet
Présenter à un commanditaire la solution finale et ses recommandations en
développant une argumentation justifiée par ses points forts afin de le convaincre
de l'adéquation de la proposition avec ses besoins

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet d'innovation avec livrable

RNCP36158BC03 — Construire et piloter un projet entrepreneurial ou intrapreneurial en e-business

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser, à partir d'un recueil de données pertinent et d'un diagnostic des enjeux, un contexte de création
d'entreprise ou de création d'une nouvelle opportunité afin d'appliquer le processus entrepreneurial adapté à celui-ci
Analyser l'opportunité de marché par la mise en œuvre d'études et analyses de marché pour justifier la pertinence de
l'opportunité entrepreneuriale
Faire appel aux méthodologies du « lean management » pour élaborer une proposition de valeur
Prototyper et tester la solution innovante pour aiguiller de manière viable les orientations du projet
Réaliser un business plan qui budgétise jusqu'à la mise sur le marché et propose un modèle économique de la
solution qui rende compte de la faisabilité économique du projet
Communiquer stratégiquement sur son projet par le biais d'une présentation cohérente et convaincante du projet afin
de proposer un modèle d'affaires viable et réaliste à des potentiels clients ou investisseurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de création d'entreprise ou de projet intrapreneurial, en e-business avec rapport écrit et soutenance orale

RNCP36158BC04 — Mettre en œuvre une stratégie webmarketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Ecrire un contenu pertinent, de qualité et bien
structuré, après analyse du public cible, afin de garantir durabilité et
compétitivité du référencement d'un site, d'une
page web ou d'une application (en langage technique, SEO : Search Engine

Optimization)

Modifier les éléments du code informatique pour que les robots de référencement accèdent au contenu du site, page web ou application et puissent en analyser et en comprendre rapidement le contenu (textes et indexation des images...)

· Mettre en place des campagnes publicitaires aux formats adaptés à la stratégie publicitaire envisagée en concevant des contenus créatifs ciblés et en mobilisant les principales fonctionnalités des plateformes d'achat de campagnes (plateformes d'achat de mots clés ou plateformes d'achat de bannières et de vidéos publicitaires) pour améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche et les sites e-commerce

Mettre en place une stratégie de réseaux sociaux (stratégies SMO : social media optimization) pertinente en utilisant les ressources des principaux réseaux (Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Twitter, Youtube) afin d'atteindre le public cible

Mettre en place une stratégie publicitaire sur plusieurs canaux de communication de manière efficace, pertinente et créative en cohérence avec la stratégie marketing de la marque ou de l'entreprise

Utiliser des méthodes d'achat différentes (campagnes automatisées et campagnes de gré à gré) sur différentes plateformes et les optimiser afin d'atteindre les objectifs marketing fixés

Piloter, par l'identification et la mise en œuvre de solutions technologiques adaptées, des campagnes publicitaires sur le web et sur les applications mobiles pour les optimiser et atteindre les objectifs marketing fixés

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel, rapport écrit et présentation orale

RNCP36158BC05 — Piloter une stratégie digitale par la donnée

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser une base de donnée clients existante en utilisant un logiciel d'analyse et de traitement des données pour définir la stratégie de segmentation client à réaliser

Mettre en œuvre un plan de marquage en mobilisant les outils techniques liés (Google tag manager, Google analytics, google data studio...) afin d'intégrer des outils de recueil de données dans un site web répondant à la stratégie définie

Utiliser les données en mobilisant les outils et techniques spécifiques (Google analytics, Google data studio, tableau de visualisation et d'exploitation de la donnée, ...) pour proposer un outil de pilotage lisible par des tiers et facilement actionnable à des fins opérationnelles de suivi et de pilotage des actions marketing (acquisition, conversion et fidélisation)

Envisager les solutions possibles en identifiant les prestataires existants afin de les articuler entre elles

Actionner plusieurs bases de données à partir d'une source unique de données afin d'optimiser la stratégie data marketing

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel, rapport écrit et présentation orale

RNCP36158BC06 — Développer une application digitale, mobile, web en adoptant une démarche responsable

LISTE DE COMPÉTENCES

Appliquer les principes de base du code informatique en différenciant les différents objets digitaux (web application, site web...)

et en utilisant les différentes familles de langages informatiques, dans le but de construire une application digitale, mobile, web à partir d'une page blanche

Décoder la manière dont les différents éléments s'interfacent, à partir de l'analyse de l'architecture d'un système d'information (SI) derrière un site e-commerce,

afin de faire une proposition alternative et améliorée sous forme de maquette

Optimiser un objet digital, le rendre attractif et lui apporter des fonctionnalités innovantes en mobilisant les outils de création de contenus et les techniques de personnalisation pour optimiser sa visibilité pour sa cible

Elaborer un contenu en mobilisant les techniques existantes (privacy by design) afin de prendre en compte les éléments légaux et les règlements en vigueur dans le respect de la vie privée des utilisateurs

Optimiser la conception d'un produit digital en analysant son cycle de vie et en mobilisant les techniques existantes (écoconception) dans le but d'atteindre la neutralité écologique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel, présentation orale de l'application avec support écrit

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les entreprises sont désormais toutes concernées par les évolutions digitales, et tous les secteurs d'activité économiques et toutes les tailles d'entreprise peuvent être amenés à mettre en place des stratégies digitales, de communication, de distribution, de services clients.

Ces métiers peuvent donc être exercés indifféremment dans des entreprises B to C et B to B : biens de grande consommation, banque-assurance, tourisme, entreprises technologiques, automobile, cosmétique, luxe etc. mais également au sein d'entreprises exerçant une activité de conseil et de support : agences digitales, agences de communication généralistes, agences médias, agences de services marketing spécialisées et cabinets de stratégie.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet digital (product owner)

Chef de produit Web / chef de marque (digitale) / responsable marketing (digitale)

/chef de projet marketing (digitale) / chargé de communication digitale / chargé de marketing en ligne (webmarketeur)

/ consultant en e-business / consultant en e-marketing

Content manager, e-reputation manager, chargé de communication digitale, social media manager

Référenceur, consultant SMO (consultant en optimisation pour les médias sociaux), consultant SEO (consultant en référencement naturel, en optimisation pour moteurs de recherche)

Responsable e-commerce, responsable affiliation, manager CRM (manager en gestion de la relation client), manager de l'expérience client (UX designer)

Directeur de clientèle, customer success manager (responsable du succès client).

Planneur stratégique, data analyst (analyste de données)

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)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La certification étant un Mastère Spécialisé®, de niveau bac+6 labellisé par la Conférence des Grandes Ecoles, les candidats doivent être titulaires ou en cours d'obtention d'un diplôme de grade de Master (Bac+5) ou équivalent :

- Diplôme d'Ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieurs (CTI)
- Diplôme d'une Ecole de Commerce (Niveau Master) membre de la Conférence des Grandes Ecoles
- Diplôme de Médecine (6ème année), de Pharmacie (5ème année), Vétérinaire, Avocat, Architecture, ...
- Master 2 universitaire (Diplôme National de Master, DNM)
- Titre inscrit au RNCP niveau 7 (anciennement nomenclature niveau I)
- Master 1 universitaire (Maîtrise) justifiant de trois ans d'expérience professionnelle post-diplôme
- Des diplômes étrangers équivalents aux précédents.

Les candidats suivants pourront être admis dans le Mastère Spécialisé® à titre dérogatoire :

- Master 1 (Maîtrise) sans expérience professionnelle
- Licence (L3) et justifiant d'au moins trois ans d'expérience professionnelle

Taux de dérogation pratiqué (30 % au maximum selon le règlement de la CGE) : 30%

Toute autre candidature avec un minimum de 10 ans d'expérience professionnelle présentant un cursus original ou un parcours de qualité sera examinée avec attention. Cette candidature pourra faire l'objet d'une Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP).

Taux de VAPP pratiqué (40% maximum selon le règlement de la CGE) : 10 %

Le pourcentage total des dérogations, incluant la VAPP ne doit pas excéder 40%.

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

Le jury est composé de 5 membres, dont 3 professionnels externes

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	8 813 €
Selon la branche	7 000 € – 10 055 €

Prise en charge	Branches concernées
8 813 €	Valeur par défaut · 188 branches
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
10 055 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de la Publicité, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEF des organismes de tourisme
9 080 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNEF de l'audiovisuel
9 610 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
9 271 €	CPNEFP Mutualité
9 005 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
9 000 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 697 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	26/01/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/01/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	20	0	100 %	81 %
2018	14	0	100 %	87 %
2017	12	0	100 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP40646

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://masteres-specialises.audencia.com/programmes/strategies-digitales-et-data-marketing/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36158/>