

Responsable Marketing et Communication

RNCP36609 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	34052, 34085, 46301
Code(s) ROME	M1703, M1705, M1707, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/07/2022
Date d'échéance	01/07/2025

Certificateur(s)

ESGCV · SIRET : 75253547600325

Partenaires habilités

31 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 23 à former et organiser l'évaluation et 8 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADG	52004190600048	Former
ATELIERS DE SEVRES	41442562900055	Former et organiser l'évaluation
BEFORMA	85222156300038	Former
DIGITAL CAMPUS-ESARC-ESG SPORT LYON	75253547600440	Former et organiser l'évaluation
DIRECTT FORMATION	82535070500042	Former
ECOLE DE COMMERCE GUADELOUPE	98346854700010	Former
ESGCV	75253547600036	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600150	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600317	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600366	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 31 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36609-responsable-marketing-et-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable marketing et communication conçoit et déploie des stratégies visant à proposer un produit ou service adapté aux besoins des clients et au marché, dans la zone de responsabilité qui lui été confiée. Il s'assure du retour sur investissement des opérations mises en œuvre et de la fidélisation de ses clients tout en améliorant la notoriété d'une marque et de ses produits. Ainsi, il contribue au développement des ventes et à la rentabilité de l'entreprise.

Le métier connaît d'importantes mutations liées notamment à la digitalisation, et à la place grandissante des réseaux sociaux dans les parcours d'achats.

Ces changements ont été accélérés par la pandémie mondiale qui a contribué à l'adoption de nouvelles technologies, et a induit de nouveaux comportements.

ACTIVITÉS VISÉES

Elaboration d'une stratégie marketing et communication pour un produit ou une famille de produit, à partir de la stratégie globale de l'entreprise. :

Etude du marché, des clients et des concurrents

Contribution à la création d'un nouveau produit ou service

Définition d'une stratégie marketing et communication

Elaboration et déploiement d'un plan d'action marketing et communication pour un produit ou une famille de produit :

Elaboration d'un plan d'actions marketing

Construction d'un argumentaire de vente

Sélection des distributeurs partenaires et contractualisation

Elaboration et déploiement d'un plan de communication

Pilotage de la qualité de l'expérience client :

Réalisation d'un diagnostic de l'expérience client

Amélioration de l'expérience client

Management des acteurs des projets marketing et communication :

Coordination d'une équipe pluridisciplinaire

Mobilisation de l'intelligence collective dans le cadre des projets marketing et communication.

Evaluation des résultats des plans marketing et communication dans une logique d'amélioration continue :

Evaluation des résultats des plans d'actions marketing et communication

Mise en place d'actions correctives et capitalisation du retour d'expérience

Présentation et argumentation du bilan des actions marketing et communication

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser une veille marketing et commerciale

Analyser les caractéristiques du public cible

Contribuer à la création d'un nouveau produit ou service

Définir une stratégie marketing et communication pour un produit ou une famille de produit

Elaborer un plan d'actions marketing pour un produit ou une famille de produit

Construire les argumentaires de ventes

Sélectionner et contractualiser avec les distributeurs partenaires

Elaborer le plan de communication pour un produit ou une famille de produit

Déployer une campagne de communication à destination d'une/plusieurs cibles client autour d'un message percutant

Analyser le parcours client pour un produit ou une famille de produit

Concevoir et piloter les enquêtes de satisfaction

Emettre des préconisations concernant l'amélioration de l'expérience client

Coordonner ou participer à la coordination d'une équipe pluridisciplinaire

Animer des ateliers d'idéation auprès d'équipe pluridisciplinaire

Organiser la coopération au sein de l'équipe et interservice

Evaluer les actions marketing et communication

Ajuster les plans d'actions marketing et communication

Défendre le bilan des actions marketing et communication

Blocs de compétences

RNCP36609BC01 — Elaborer une stratégie marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille marketing et commerciale, en définissant les objectifs de la veille au regard de la stratégie de l'entreprise, en mobilisant des outils et méthodes de collecte et de traitement des informations sur les tendances et le marché et en analysant son marché, ses clients, et ses concurrents (détection des opportunités et menaces), afin de proposer des pistes d'innovations et d'anticiper les prochaines actions stratégiques.

Analyser les caractéristiques du public cible, en collectant des données qualitatives (retours de l'équipe commerciale, réalisation d'interview...) et quantitatives (bases de données clients, sondage, données issues du CRM...), en

identifiant et en décrivant une zone de chalandise, en identifiant les segments les plus rentables, et en établissant un profil client type (ou buyer persona) pour chaque segment, afin d'adapter sa stratégie marketing et communication.

Contribuer à la création d'un nouveau produit ou service, en participant aux phases créatives réunissant des membres des différents départements de l'entreprise (directions commerciale, R&D, production, financière), en déterminant la segmentation le ciblage et le positionnement, et en considérant la diversité pour concevoir une expérience inclusive, afin d'élaborer une offre en adéquation avec les attentes et besoins du public cible.

Définir une stratégie marketing et communication pour un produit ou une famille de produit en s'appuyant sur l'analyse du marché et du public cible pour établir les axes stratégiques, en déterminant le mix marketing, et en fixant les objectifs marketing et commerciaux, afin de soutenir la stratégie globale de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel et/ ou projet de consulting

Mise en situation professionnelle

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités et/ou les conditions de validations pour les personnes en situation de handicap, veuillez télécharger le référentiel de certification.

RNCP36609BC02 — Elaborer et déployer un plan d'actions marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer un plan d'actions marketing pour un produit ou une famille de produit, en cohérence avec le positionnement et la stratégie marketing, en fixant des objectifs opérationnels découlant des objectifs stratégiques, en planifiant les actions et des moyens (humains, matériels et financiers) à mobiliser, et en chiffrant et allouant un budget à chaque action à partir des hypothèses de prévision de ventes, dans le but de s'assurer de l'alignement des objectifs opérationnels avec la stratégie de l'entreprise.

Construire les argumentaires de ventes à destination des équipes commerciales en définissant les messages clés et la proposition de valeur

de manière à participer au déploiement commercial du produit.

Sélectionner et contractualiser avec les distributeurs partenaires selon le modèle de distribution choisi (magasin en propre, concession, franchise, licence, plateforme de marché, vente en ligne...) en établissant une liste réduite des meilleurs candidats et en les départageant au moyen d'une matrice de décision de manière à respecter la stratégie de distribution prédéfinie.

Elaborer le plan de communication pour un produit ou une famille de produit, en déterminant, les objectifs, les actions, le calendrier, les canaux de communication (média, hors médias, digitale), ainsi que le budget alloué à chaque action, et en identifiant des partenaires potentiels, afin de développer la notoriété et l'attractivité d'une offre auprès du public cible.

Déployer une campagne de communication à destination d'une/plusieurs cibles client autour d'un message percutant, en utilisant de méthodes de storytelling, et en adoptant une démarche inclusive, de manière à accroître la visibilité et les parts de marché de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelles :

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités, veuillez télécharger le référentiel de certification

RNCP36609BC03 — Piloter la qualité de l'expérience client

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le parcours client pour un produit ou une famille de produit, en analysant les données du CRM, en organisant les remontées d'information des forces de vente, en élaborant une cartographie des parcours client, afin de réaliser un diagnostic de l'expérience client.

Concevoir et piloter les enquêtes de satisfaction, en définissant les objectifs de l'enquête, en élaborant les questionnaires, en définissant les modalités d'administration et de suivi, et en analysant les résultats, afin d'identifier les axes d'amélioration de l'expérience client.

Émettre des préconisations concernant l'amélioration de l'expérience client en s'appuyant sur la cartographie des parcours client, et sur l'analyse des résultats des enquêtes de satisfaction de manière à préserver l'image de marque et fidéliser la clientèle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel et/ ou projet de consulting :

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités et/ou les conditions de validations pour les personnes en

situation de handicap, veuillez télécharger le référentiel de certification.

RNCP36609BC04 — Management des acteurs des projets marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Coordonner ou participer à la coordination d'une équipe pluridisciplinaire composée d'intervenants internes et/ ou externes en communiquant sur les enjeux stratégiques des projets marketing et communication, en définissant les objectifs, les méthodes et les modalités de mise en œuvre ainsi que les indicateurs de suivi et de performance afin de renforcer l'efficacité collective.

Animer des ateliers d'idéation auprès d'équipe pluridisciplinaire, en mobilisant des outils et méthodologies adaptés afin de résoudre des problématiques et innover.

Organiser la coopération au sein de l'équipe, et interservice en mettant en place des outils de travail collaboratif et d'inclusion sociale ainsi que les règles d'usage et les bonnes pratiques associées afin de mettre en œuvre les conditions d'une communication efficace.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique : Analyse réflexive

Mise en situation professionnelle

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités et/ou les conditions de validations pour les personnes en situation de handicap, veuillez télécharger le référentiel de certification.

RNCP36609BC05 — Evaluer les résultats des plans marketing et communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Evaluer les actions marketing et communication en analysant les résultats (mesure du retour sur investissement, du retour sur attention ou encore du retour sur engagement), et les écarts entre les objectifs et les résultats, afin d'identifier les actions correctives ou d'amélioration à entreprendre.

Ajuster les plans d'actions marketing et communication en s'appuyant sur l'analyse des résultats et en proposant des actions correctives, afin d'améliorer l'efficacité des plans d'action marketing et communication.

Défendre le bilan des actions marketing et communication (les écarts, les réussites, les freins...) auprès de la direction en s'appuyant sur des supports présentation de manière à valoriser les résultats de son activité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel et/ ou projet de consulting

Pour plus d'informations sur les attendus des modalités et/ou les conditions de validations pour les personnes en situation de handicap, veuillez télécharger le référentiel de certification.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable Marketing et Communication œuvre dans tous les secteurs d'activité et dans le cadre de structures de toute taille (entreprises industrielles, organisations publiques, collectivités territoriales, agences de communication, sociétés de services...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable d'unité (commerciale, opérationnelle, marketing/communication)

Responsable de projets marketing/communication

Responsable marketing/communication cross canal/digital/e-business/réseaux sociaux

Chef de produit junior

Chargé de projet marketing et communication / contenu digital

Assistant/ Chargé de communication / marketing

Coordinateur marketing/ de marque

Chef de projet marketing / communication/ webmarketing

Responsable marketing opérationnel

Responsable communication interne/ externe

Responsable des relations extérieures/publiques

Chargé d'études marketing et communication

Responsable événementiel

Brand & Content Marketing Manager

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

En formation initiale (étudiants) avec effet cumulatif :

Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 180 crédits 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 : être titulaire d'une certification de niveau 4, du baccalauréat, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...) et 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 chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

Cursus en 2 ans : être titulaire d'une certification de niveau 5, d'un bac+1/2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou et avoir validé 120 crédits ECTS, et 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 5, d'un bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, et 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 5 d'un bac +2 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS avec une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 24 mois

Ou être titulaire d'un Baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 36 mois minimum.

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 50% de 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	7 663 €
Selon la branche	6 000 € – 7 663 €
Prise en charge	Branches concernées
7 663 €	Valeur par défaut · 205 branches
6 000 €	CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes, CPNEFP de la métallurgie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
7 200 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
7 124 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique

Base légale

Date de décision	01/07/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/07/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	432	2	91 %	67 %
2020	138	1	86 %	78 %
2019	123	0	79 %	84 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP18000

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP41107

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP18000, RNCP35674, RNCP36293, RNCP36378, RNCP36610, RNCP37006

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.groupeesg.fr/>
<https://www.esgci.com/marketing-commerce>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36609/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	244
Parcours menés à terme	189
Taux d'achèvement	77 %
Période	04/2023 – 04/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	279
Montant total engagé	628 570 €
Coût moyen par dossier	2 253 €
Durée moyenne	130 h
Période	04/2023 – 07/2025
France compétences	92 %
France Travail	4 %
Reste à charge titulaire	3 %
OPCO	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
Entreprise	0 %

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