

Chef de projet marketing digital et communication

RNCP36877 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312, 320
Formacode(s)	46301, 34052
Code(s) ROME	E1402, E1104, M1704, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	29/09/2022
Date d'échéance	29/09/2024

Certificateur(s)

MEDIASCHOOL GROUP · SIRET : 49088549800041

MEDIASCHOOL PARIS - MEDIASCHOOL PARIS CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS · SIRET : 49032361500065

Partenaires habilités

37 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 37 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
COMPETENTIS	94953886200010	Former et organiser l'évaluation
EAC ECOLE DES ARTS ET DE LA COMMUNICATION	88451352400022	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE DESIGN NANTES ATLANTIQUE	33405590200053	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DESSIN TECHNIQUE ARTISTIQUE SORNAS	33039528600033	Former et organiser l'évaluation
ESCO-WESFORD AUVERGNE	51941211800043	Former et organiser l'évaluation
EUROPEAN COMMUNICATION SCHOOL BRUXELLES	—	Former et organiser l'évaluation
EUROPEEN COMMUNICATION SCHOOL STRASBOURG	51809403200035	Former et organiser l'évaluation
GROUPE EAC - ING	34243610200061	Former et organiser l'évaluation
GROUPE SCOLAIRE SAINT FRANCOIS D'ASSISE	77534496300035	Former et organiser l'évaluation
IFC	37924163100108	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 37 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36877-chef-de-projet-marketing-digital-et-communication/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La fonction marketing et communication répond à une nécessité pour tous les types d'organisations, que celles-ci aient des visées lucratives (les entreprises commerciales) ou non (associations, institutions, collectivités). Elle leur permet en effet de rendre sensibles et de clarifier leur identité et leur singularité et de positionner leur offre produit ou service vis-à-vis d'une cible clients/utilisateurs, contribuant de ce fait à l'atteinte d'objectifs essentiels :

- développer la notoriété de l'organisation auprès d'un public cible de clients/utilisateurs,
- entretenir son image de marque,
- fidéliser et conquérir de nouveaux segments de marché,
- assurer la croissance économique de l'organisation,

Ainsi, toutes les organisations ont – en principe – un besoin impératif de s'engager dans une démarche marketing déclinée dans une stratégie de communication et internalisent cette compétence au sein d'un service dédié ou font appel à des prestataires spécialisés pour les accompagner dans cette entreprise. La certification Chef de projet marketing digital et communication vise à fournir à ces différents acteurs (annonceurs ou agences spécialisées) des professionnels en capacité de contribuer à l'élaboration et à piloter de façon opérationnelle des actions favorisant la rencontre entre une offre produit/service et une cible de clients/utilisateurs, en utilisant les canaux de distribution et de communication adéquats, dans un contexte de transformation digitale et dans une démarche de responsabilité sociale et environnementale.

Force est de constater que le profil le plus recherché aujourd'hui dans le secteur du marketing digital et de la communication par l'ensemble des acteurs (annonceurs et agences) est celui de chef(fe) de projet.

Aussi, ce projet de certification répond à la fois à l'évolution des métiers mais aussi à celle des besoins en compétences des entreprises sur un marché en pleine mutation.

ACTIVITÉS VISÉES

Selon les structures au sein desquelles il intervient, le Chef de projet marketing digital et communication exerce tout ou partie des domaines d'activités suivants :

1. Conduite d'études marketing fondée sur une veille prospective et qualification des besoins de l'entité cliente
 - Analyse de l'environnement de l'entité cliente sur le fondement d'études et de méthodes marketing nourries par la captation de données internes et externes
 - Identification, analyse et qualification des besoins de l'entité cliente
2. Conception du plan marketing digital et/ou communication de l'entité cliente
3. Pilotage de la mise en œuvre et évaluation des actions de marketing digital et de communication de l'entité cliente
 - Organisation, conduite et suivi de la mise en œuvre des actions marketing et communication en mode projet et selon des méthodes agiles
 - Conception et production des outils et supports marketing digitaux et communication
 - Gestion de l'e-réputation et animation communautaire de l'entité cliente

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le/la titulaire est capable de :

- Conduire les études marketing fondée sur une veille prospective et qualifier les besoins d'une entité cliente
- Analyser l'environnement d'une entité cliente sur le fondement d'études et de méthodes marketing nourries par la captation de données internes et externes
 - o Exercer une veille de tendances sur les évolutions sociétales et technologiques, numériques, porteuses d'opportunité pour une entité cliente
 - o Réaliser des études de marché sur le secteur d'activité d'une entité cliente
 - o Réaliser le benchmark des entreprises concurrentes sur le segment de marché ou d'activité d'une entité cliente
 - o Définir le profilage des cibles clients/utilisateurs de l'entité cliente fondé sur l'exploitation des Big Data
- Identifier, analyser et qualifier les besoins d'une entité cliente
 - o Analyser une demande interne ou externe, en matière de marketing et communication
 - o Prendre en compte les contraintes d'une entité cliente
 - o Réaliser des recherches complémentaires sur le positionnement d'une entité cliente et de la concurrence
 - o Rechercher et effectuer un choix argumenté de solutions afin de produire des recommandations client
- Concevoir le plan marketing digital et/ou communication d'une entité cliente
 - Définir le concept générateur du plan tenant compte des objectifs et de la cible clients/utilisateurs d'une entité cliente
 - Rechercher, évaluer et sélectionner des actions marketing digital et communication à mettre en œuvre
 - Définir les conditions et les moyens de réalisation d'un plan d'action
 - Formaliser, présenter un plan marketing digital et communication et négocier les conditions de sa réalisation
 - Construire des outils de pilotage et d'évaluation d'un plan marketing digital et communication
 - Piloter la mise en œuvre et évaluer les actions marketing/communication d'une entité cliente
 - Organiser, conduire et suivre la mise en œuvre des actions marketing et communication en mode projet et selon des méthodes agiles

- o Constituer des équipes de professionnels internes et externes mobilisés
- o Organiser et planifier des tâches et du travail collectif
- o Coordonner et suivre des actions marketing digital et communication engagées et des contributions des professionnels impliqués
- o Gérer des dépenses engagées dans la mise en œuvre des actions marketing digital et communication
- o Evaluer en continue et établir le bilan des actions marketing digital et communication mises en œuvre et leurs retombées pour une entité cliente
- Concevoir et produire des outils et supports marketing digitaux et communication
- o Editorialiser la communication et les choix de conception des contenus de l'entité cliente
- o Choisir les supports et formats de communication
- o Produire les contenus de marque multiformats et multisupports
- o Présenter les productions à l'entité cliente pour leur validation
- Gérer l'e-réputation et l'animation communautaire d'une entité cliente
- o Optimiser la présence et la visibilité en ligne d'une entité cliente
- o Constituer et le développer une communauté de clients/utilisateurs
- o Animer la communauté et l'image de marque d'une entité cliente
- o Evaluer l'efficacité des outils digitaux

Blocs de compétences

RNCP36877BC01 — Conduite d'études marketing fondée sur une veille prospective et qualification des besoins de l'entité cliente

LISTE DE COMPÉTENCES

A.1 Analyse de l'environnement de l'entité cliente sur le fondement d'études et de méthodes marketing nourries par la captation de données internes et externes

En déterminant le périmètre des investigations et études à mener et en sélectionnant les sources d'informations fiables et pertinentes, conduire une démarche de veille et d'études marketing, afin de repérer les facteurs d'évolution de l'environnement de l'entité cliente et d'identifier les spécificités de son marché et de sa cible clients/utilisateurs.

A.2 Identification, analyse et qualification des besoins de l'entité cliente

En analysant la demande exprimée par un client interne ou externe et en s'appuyant sur le recueil de données complémentaires issues de la réalisation d'entretiens ou d'études, qualifier les besoins de l'entité cliente, en tenant compte de son contexte, de ses valeurs, de sa politique générale, de ses objectifs et de ses contraintes, afin de proposer des orientations et solutions marketing et communications adaptées à ses besoins.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

A.1

Note de synthèse

La réalisation d'une veille marketing sous la forme d'une étude des tendances

Production écrite

A.2

Mise en situation professionnelle reconstituée fondée sur une étude de cas réelle

L'expression formalisée du besoin de l'entité cliente, le repérage de plusieurs solutions et la préconisation argumentée d'une solution

Production écrite et orale

2/ Modalités de certification du Bloc 1

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du bloc de compétences N°1.

RNCP36877BC02 — Conception du plan marketing digital et/ou communication de l'entité cliente

LISTE DE COMPÉTENCES

A.3 Conception du plan marketing/communication de l'entité cliente

En déterminant les actions à mettre en œuvre au regard de ses objectifs, de la composition de son marché, de sa cible clients/utilisateurs et du positionnement de son offre produit/service, concevoir le plan marketing /communication de l'entité cliente, en établissant son calendrier de réalisation et en définissant les moyens à allouer, les

professionnels à mobiliser, et en veillant à la cohérence de l'ensemble au regard de la problématique à résoudre et des ressources et contraintes du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

A.3

Mise en situation professionnelle simulée fondée sur une étude de cas réel

Un plan de marketing digital et/ou communication, sous la forme d'une recommandation client

Production orale et écrite

2/ Modalités de certification du Bloc 2

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du bloc de compétences N°2.

RNCP36877BC03 — Pilotage de la mise en œuvre et évaluation des actions de marketing digital et de communication de l'entité cliente

LISTE DE COMPÉTENCES

A.4 Organisation, conduite et suivi de la mise en œuvre des actions marketing et communication en mode projet et selon des méthodes agiles

En constituant les équipes et en organisant leurs modalités de travail, superviser la mise en œuvre des actions marketing et communication, en coordonnant et en assurant le suivi des contributions des différents professionnels impliqués, afin d'assurer l'atteinte des objectifs visés et de produire l'évaluation et le bilan des actions réalisées.

A.5 Conception et production des outils et supports marketing digitaux et communication

En s'appuyant sur une veille permettant l'identification des tendances et évolutions en matière de technologies, d'usages et de communication, concevoir des outils de commercialisation et de communication multiformats et multisupports et leur contenu, en supervisant leur réalisation en concertation avec les différents professionnels concernés et en s'assurant de leur conformité avec le cahier des charges et les critères qualité définis avec le commanditaire.

A.6 Gestion de l'e-réputation et animation communautaire de l'entité cliente

En cohérence avec son positionnement et sa stratégie globale de communication, gérer l'e-réputation et animer la communauté de clients/utilisateurs de son entité cliente, en mettant en œuvre les actions contribuant à la visibilité, l'audience et la fréquentation de ses supports en ligne, et en évaluant leur efficacité afin d'en identifier les possibilités d'optimisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Pour les candidats issus de la formation :

A.4

Mise en situation professionnelle

Rapport de mission suite à une mise en situation professionnelle réelle en entreprise

Production écrite

A.5

Etude de cas

Plusieurs supports et outils de marketing digital et/ou de communication réalisés sur la base d'un brief client ou d'un cahier des charges

Production multisupport, multiformat et orale

A.6

Mise en situation professionnelle simulée fondée sur une étude de cas réel

Un plan d'actions pour le déploiement et la gestion d'outils de communication digitaux

Production écrite et orale

2/ Modalités de certification du Bloc 03

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du bloc de compétences N°3.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les dimensions marketing et communication concernant potentiellement toutes les entreprises, les chefs de projet

marketing digital et communication peuvent travailler dans tous les secteurs d'activité, quelles que soient la taille et la nature de la structure employeuse (grandes entreprises, PME-PMI, institutions et services publics, associations...). Dans ce contexte, ils évoluent principalement au sein de deux types d'entités bien définis :

- Soit chez l'annonceur, c'est-à-dire l'entreprise ou l'organisation à l'origine de l'opération de communication ou de marketing visant à promouvoir ses produits ou sa marque.
- Soit dans des agences spécialisées (agences de communication, agences marketing, agences médias, agences digitales, régies publicitaires...) proposant aux annonceurs des prestations d'accompagnement pour la conception et le développement de leurs stratégies et campagnes de communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le Chef de projet marketing digital et communication peut exercer ses fonctions au sein d'une entreprise dite « annonceur » ; dans ce cas, il est généralement rattaché à un département « Marketing », « Communication » ou « Digital ». Il peut également travailler au sein d'une agence qui peut être généraliste (360°), ou spécialisée dans un domaine d'expertise particulier : digital, publicité...

En cohérence avec la politique de l'entreprise, et en tenant compte des problématiques à traiter et des contraintes à respecter, le Chef de projet marketing digital et communication élabore et coordonne la mise en œuvre des différents projets qui lui sont confiés.

- Lorsqu'il exerce ses fonctions chez un annonceur, le Chef de projet marketing digital et communication a la responsabilité de l'expression de la demande initiale (brief), qui sera transmise aux prestataires à sélectionner. Pour ce faire, il analyse une demande ou une problématique remontée en interne, contribue à la réalisation d'études complémentaires afin de mieux identifier les besoins à couvrir, et détermine les actions à mener et la date de livraison du projet, au regard des objectifs définis et du calendrier de l'entreprise. Il formalise ces différents éléments dans le brief support et analyse ensuite les propositions soumises par les prestataires et collabore avec son responsable direct, et les directions de l'entreprise associées au projet, à leur sélection.
- S'il exerce ses fonctions au sein d'une agence, le Chef de projet marketing digital et communication travaille de concert avec le directeur de clientèle sur l'analyse des différentes composantes du brief. Il enrichit cette analyse par le recueil de données recensées dans des études déjà existantes ou réalise des études complémentaires. L'ensemble de ses analyses lui permet de produire les recommandations qui seront intégrées dans la proposition faite au client. Il argumente celles-ci auprès des différentes directions de l'entreprise, ou auprès du directeur de clientèle, pour la préparation de la négociation de la proposition.

Principaux emplois occupés (liste non exhaustive) :

Selon la structure dans laquelle il exerce, les appellations du métier peuvent être différentes et exprimer un positionnement transversal ou spécialisé :

- chargé de marketing et/ou communication,
- chef de projet marketing, communication, événementiel, digital,
- responsable marketing et/ou communication,
- consultant en communication ou marketing digital(e).

L'avènement du digital a également considérablement enrichi ses intitulés d'emploi possibles : chef de projet e-CRM, community manager, responsable social media, chef de projet référencement (SEO, SEA...).

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

0

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)	2 881 €

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) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	20 563
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	13 %
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 U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au dispositif de certification (hors VAE)

Pour accéder au dispositif de certification, le niveau requis est le baccalauréat ou un titre ou diplôme de niveau 5 (ou équivalent). L'entrée par équivalence en cours de formation est également possible pour les candidats justifiant d'un niveau 6.

Les professionnels justifiant d'au moins 2 années d'expérience dans le secteur d'activités peuvent postuler à l'entrée au dispositif, même s'ils ne possèdent pas le niveau de formation requis.

Les modalités de sélection sont les suivantes, quel que soit le niveau d'accès à la certification :

- Présélection sur dossier et entretien de motivation et d'évaluation.
- Examen d'entrée.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE

Le jury est composé de 5 membres :

- 3 professionnels qualifiés, tous extérieurs à l'autorité certificatrice et ayant exercé des fonctions de management ou de mise en œuvre opérationnelle dans le domaine du marketing digital et de la communication.
- 2 membres de l'autorité certificatrice, faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification, tous professionnels qualifiés du secteur d'activité : 60 %

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury est composé de 5 membres :

- 3 professionnels qualifiés, tous extérieurs à l'autorité certificatrice et ayant exercé des fonctions de management ou de mise en œuvre opérationnelle dans le domaine du marketing digital et de la communication.
- 2 membres de l'autorité certificatrice, faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification, tous professionnels qualifiés du secteur d'activité : 60 %

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de 4 membres :

- 2 professionnels qualifiés, tous extérieurs à l'autorité certificatrice et ayant exercé des fonctions de management ou

de mise en œuvre opérationnelle dans le domaine du marketing digital et de la communication.

- 2 membres de l'autorité certificatrice, faisant partie de l'encadrement pédagogique.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification, tous professionnels qualifiés du secteur d'activité : 50 %

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	6 768 €
Selon la branche	4 354 € – 7 110 €
Prise en charge	Branches concernées
6 768 €	Valeur par défaut · 183 branches
7 110 €	CNPE des sociétés financières, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEF des organismes de tourisme, CPNEFP Mutualité
6 750 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE-FP Industries céramiques, CPNEFP Professions de la Photographie, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 844 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
5 400 €	CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
6 780 €	CPNEFP des commerces de gros
6 696 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 677 €	CPNEFP Commerce à distance
6 571 €	CPNE des Télécoms
6 399 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 368 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 300 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 120 €	CPNE Banque
4 354 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	29/09/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	29/09/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	144	2	73 %	—
2020	32	0	100 %	97 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP34909

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42050

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://ecole-ecs.com/ecole-communication/choisir-ecs/certification>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36877/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	47
Parcours menés à terme	33
Taux d'achèvement	70 %
Période	11/2022 – 11/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	51
Montant total engagé	159 847 €
Coût moyen par dossier	3 134 €
Durée moyenne	353 h
Période	10/2022 – 10/2024
France compétences	59 %
France Travail	30 %
Reste à charge titulaire	6 %
Régions	5 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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