

# Responsable de projet marketing communication

RNCP37006 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

|                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| Niveau de qualification | Niveau 6                   |
| Code(s) NSF             | 320                        |
| Formacode(s)            | 34031, 34554               |
| Code(s) ROME            | M1705, E1103, E1402        |
| Type d'enregistrement   | Enregistrement sur demande |
| Date d'enregistrement   | 24/10/2022                 |
| Date d'échéance         | 24/10/2025                 |

## Certificateur(s)

SCIENCES-U LILLE (EFFICOM - EFAB - EDUCATIVE GROUP) · SIRET : 39955313000044

## Partenaires habilités

57 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 57 à former et organiser l'évaluation.

| Organisme                                                                                                                     | SIRET              | Habilitation                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------|
| ANAPIJ - 92100                                                                                                                | 531458669<br>00045 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| ASSOCIATION 205                                                                                                               | 775741523<br>00010 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| ASSOCIATION DE GESTION DE L'ECOLE SUPERIEURE DES SERVICES                                                                     | 807604376<br>00028 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| ASSOCIATION ESUP BRETAGNE                                                                                                     | 808158190<br>00039 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| ASSOCIATION ESUP Group - Établissement de Rennes                                                                              | 807993019<br>00056 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DE L'APPRENTISSAGE DE<br>L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE TECHNOLOGIQUE PROFESSIONNEL ET<br>AGRICOLE E | 485388201<br>00041 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| ASS OGEC POITIERS NORD                                                                                                        | 490715695<br>00014 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| CAMPUS EDUCATIVE PARIS                                                                                                        | 339834384<br>00119 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| CCIT PORTES DE NORMANDIE                                                                                                      | 130021793<br>00026 | Former et organiser<br>l'évaluation |
| CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE TERRITORIALE ALSACE<br>EUROMETROPOLE                                                       | 130022676<br>00030 | Former et organiser<br>l'évaluation |

Liste complète des 57 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp37006-responsable-de-projet-marketing-communication/partenaires>

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'introduction de la digitalisation dans les sphères socio-économiques, l'accroissement des préoccupations liées au développement durable ainsi que les récents épisodes de confinement ont largement participé aux mutations des modes de production et consommation des biens et services.

Ce contexte entraînant quasiment un changement de paradigme modifie les pratiques des professionnels du marketing et de la communication dans leurs façons de prospecter puis fidéliser les clients, de plus en plus à la recherche d'une expérience d'achat inédite.

Cette certification a pour objectif de sanctionner les compétences relatives aux axes suivants, à un niveau d'autonomie et de responsabilité intermédiaire :

- Contribuer à la définition des orientations stratégiques marketing,
- Elaborer et déployer un plan marketing opérationnel,
- Développer des actions de communication,
- Conduire un projet marketing/communication responsable.

### ACTIVITÉS VISÉES

Les activités visées sont les suivantes :

- Réalisation d'audit
- Veille stratégique
- Définition de la stratégie marketing
- Evaluation de la performance et ajustement des orientations stratégiques
- Elaboration du plan marketing
- Définition responsable du produit
- Détermination du prix
- Promotion et distribution cross-canal
- Etablissement de process dans le parcours d'achat
- Supervision de la création éco-responsable des supports de communication institutionnelle et commerciale
- Animation et gestion de communautés
- Paramétrages éco-responsables d'un site internet/ un blog
- Expression et analyse des besoins
- Pilotage de projet et retour d'expériences
- Management vertical/horizontal
- Gestion budgétaire
- Gestion logistique

### COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences attestées sont les suivantes :

Réaliser un audit marketing et communication interne en s'appuyant sur une matrice d'analyse stratégique dans l'optique de renforcer l'identité et la valeur de la marque sur le marché

Effectuer un benchmark concurrentiel, tendanciel, RSE et technologique via une méthode de veille structurée afin de garantir l'adéquation entre les pratiques de la marque et les évolutions du marché

Segmenter le marché à l'aide de critères en vue de mieux connaître les attentes des consommateurs et adopter une approche commerciale personnalisée

Sélectionner le(s) segment(s) au(x)quel(s) l'entreprise va adresser son offre via une stratégie de ciblage afin de mettre en place une politique produit efficace, attirant les prospects et fidélisant les clients

Délimiter le positionnement du produit en conjuguant les enjeux court terme aux enjeux long terme afin de créer de la valeur pour l'entreprise ainsi que pour les parties prenantes

Analyser l'efficacité des actions menées via des indicateurs (KPI – Key Performance Indicators) ainsi que des reportings dans l'optique de mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé et mettre en place des mesures correctives si besoin

Etablir le plan marketing opérationnel en utilisant des techniques et outils marketing dans l'optique de s'approcher au plus près de l'adéquation offre/demande

Définir le produit et ses principales caractéristiques en intégrant l'identité de la marque afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins du consommateur, sur le marché actuel

Mettre le produit en valeur de part son packaging ainsi que son merchandising en vue de le rendre attractif auprès

des cibles définies tout en l'inscrivant dans une démarche de marketing responsable

Déterminer le tarif du produit/service en fonction des caractéristiques du segment cible, du volume et du positionnement souhaité sur le marché dans le but d'optimiser le retour sur investissement

Elaborer un plan de communication (media et hors media) adapté au lancement du produit en vue de promouvoir l'image et la notoriété de la société en l'intégrant dans une démarche RSE

Animer la politique de communication institutionnelle et commerciale au travers de campagnes de communication dans l'optique de garantir une cohérence entre les actions de la marque et la perception de ses prospects et cibles

Déployer une démarche d'inbound marketing en développant des process et outils afin de maximiser l'acquisition de trafic

Multiplier les opportunités de vente en se positionnant sur différents canaux de distribution afin d'atteindre la cible visée dans les meilleures conditions et de lui proposer une expérience client enrichie

Accroître la qualité de service à chaque étape du processus d'achat en établissant des procédures dans le but de répondre aux demandes des clients tout en maintenant un processus rentable

Rédiger des contenus en prenant en compte la logique institutionnelle et/ou commerciale de l'action de communication afin de maximiser la captation des prospects tout en valorisant l'image de marque

Elaborer des contenus visuels/ vidéos dans le respect de la charte graphique et en recherchant à minimiser leurs impacts environnementaux afin de renforcer l'identité de la marque et fédérer autour

Animer et gérer des communautés autour de la marque ou de ses produits en favorisant et modérant les interactions dans l'optique d'entretenir une relation personnalisée et continue avec chaque client et d'intégrer les consommateurs dans l'établissement de preuves matérielles (en rapport aux 7 P du marketing mix, ici les preuves matérielles ou physical evidence)

Coordonner la création et la gestion d'un site internet/blog à l'aide d'un système de gestion de contenu en développant l'accessibilité dans le but d'optimiser l'expérience client

Participer à la réponse à un appel d'offres en rédigeant le cahier des charges afin de délimiter les finalité et conditions de réalisation du projet

Conduire un projet événementiel via un outil de planification afin de garantir sa bonne exécution ainsi que des retombées positives

Etablir un bilan et capitaliser sur les retours d'expérience en participant à la définition, l'optimisation et la mise en place de procédures spécifiques et ainsi inscrire le projet dans une démarche d'amélioration continue

Animer une équipe, composée d'interlocuteurs internes et/ou externes via des techniques de management inclusif afin d'optimiser l'atteinte des objectifs fixés par le plan marketing communication

Mobiliser l'ensemble des acteurs en mettant en avant une démarche de communication responsable et en développant l'image de marque dans l'optique de fédérer autour du sens du projet

Planifier puis assurer le suivi de budget via des techniques comptables dans l'optique de maîtriser les coûts inhérents au projet

Prévoir et mobiliser les ressources matérielles nécessaires à la réalisation du projet en utilisant des techniques d'écogestion afin d'inscrire le projet dans une démarche globale de développement durable.

## Blocs de compétences

### RNCP37006BC01 — Contribuer à la définition des orientations stratégiques marketing

#### LISTE DE COMPÉTENCES

- 1.1.1. Réaliser un audit marketing et communication interne en s'appuyant sur une matrice d'analyse stratégique dans l'optique de renforcer l'identité et la valeur de la marque sur le marché
- 1.1.2. Effectuer un benchmark concurrentiel, tendanciel, RSE et technologique via une méthode de veille structurée afin de garantir l'adéquation entre les pratiques de la marque et les évolutions du marché
- 1.1.3. Segmenter le marché à l'aide de critères en vue de mieux connaître les attentes des consommateurs et adopter une approche commerciale personnalisée
- 1.1.4. Sélectionner le.s segment.s au.xquel.s l'entreprise va adresser son offre via une stratégie de ciblage afin de mettre en place une politique produit efficace, attirant les prospects et fidélisant les clients
- 1.1.5. Délimiter le positionnement du produit en conjuguant les enjeux court terme aux enjeux long terme afin de créer de la valeur pour l'entreprise ainsi que pour les parties prenantes
- 1.1.6. Analyser l'efficacité des actions menées via des indicateurs (KPI – Key Performance Indicators) ainsi que des reportings dans l'optique de mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé et mettre en place des mesures

correctives si besoin

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle commune à l'ensemble du bloc

En individuel, à l'aide d'outils bureautiques

Le candidat étudie le positionnement sur le marché d'une entreprise sélectionnée puis définit des préconisations d'orientations stratégiques en associant des KPI aux macro objectifs.

### **RNCP37006BC02 — Elaborer et déployer un plan marketing opérationnel**

#### LISTE DE COMPÉTENCES

2.1.1. Etablir le plan marketing opérationnel en utilisant des techniques et outils marketing dans l'optique de s'approcher au plus près de l'adéquation offre/demande

2.1.2. Définir le produit et ses principales caractéristiques en intégrant l'identité de la marque afin d'apporter une réponse adaptée aux besoins du consommateur, sur le marché actuel

2.1.3. Mettre le produit en valeur de part son packaging ainsi que son merchandising en vue de le rendre attractif auprès des cibles définies tout en l'inscrivant dans une démarche de marketing responsable

2.1.4. Déterminer le tarif du produit/service en fonction des caractéristiques du segment cible, du volume et du positionnement souhaité sur le marché dans le but d'optimiser le retour sur investissement

2.1.5. Elaborer un plan de communication (media et hors media) adapté au lancement du produit en vue de promouvoir l'image et la notoriété de la société en l'intégrant dans une démarche RSE

2.1.6. Animer la politique de communication institutionnelle et commerciale au travers de campagnes de communication dans l'optique de garantir une cohérence entre les actions de la marque et la perception de ses prospects et cibles

2.1.7. Déployer une démarche d'inbound marketing en développant des process et outils afin de maximiser l'acquisition de trafic

2.1.8. Multiplier les opportunités de vente en se positionnant sur différents canaux de distribution afin d'atteindre la cible visée dans les meilleures conditions et de lui proposer une expérience client enrichie

2.1.9. Accroître la qualité de service à chaque étape du processus d'achat en établissant des procédures dans le but de répondre aux demandes des clients tout en maintenant un processus rentable

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Elaboration d'un dossier opérationnel commun à l'ensemble du bloc

En individuel, à l'aide d'outils bureautiques

En mode projet et sur la base d'une analyse exhaustive d'une entreprise, le candidat décline un plan de marketing opérationnel online et offline en adoptant une démarche à 360°.

Outre un historique de l'enseigne, de ses produits et des illustrations des campagnes publicitaires, le cas donne des informations sur le marché.

### **RNCP37006BC03 — Développer des actions de communication institutionnelle et commerciale**

#### LISTE DE COMPÉTENCES

3.1.1. Rédiger des contenus en prenant en compte la logique institutionnelle et/ou commerciale de l'action de communication afin de maximiser la captation des prospects tout en valorisant l'image de marque

3.1.2. Elaborer des contenus visuels/ vidéos dans le respect de la charte graphique et en recherchant à minimiser leurs impacts environnementaux afin de renforcer l'identité de la marque et fédérer autour

3.1.3. Animer et gérer des communautés autour de la marque ou de ses produits en favorisant et modérant les interactions dans l'optique d'entretenir une relation personnalisée et continue avec chaque client et d'intégrer les consommateurs dans l'établissement de preuves matérielles

3.1.4. Coordonner la création et la gestion d'un site internet/blog à l'aide d'un système de gestion de contenu en développant l'accessibilité dans le but d'optimiser l'expérience client

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle commune à l'ensemble du bloc

En individuel, à l'aide d'outils CRM

Sur un thème marketing et communication défini au préalable (ex : marketing automobile), chaque candidat, doit :

- Concevoir un site/blog
- Rédiger un article illustré

- Faire augmenter le nombre de visites du blog
- Obtenir des commentaires des visiteurs

## **RNCP37006BC04 — Conduire un projet marketing/communication responsable**

### **LISTE DE COMPÉTENCES**

- 4.1.1. Participer à la réponse à un appel d'offres en rédigeant le cahier des charges afin de délimiter les finalité et conditions de réalisation du projet
- 4.1.2. Conduire un projet évènementiel via un outil de planification afin de garantir sa bonne exécution ainsi que des retombées positives
- 4.1.3. Etablir un bilan et capitaliser sur les retours d'expérience en participant à la définition, l'optimisation et la mise en place de procédures spécifiques et ainsi inscrire le projet dans une démarche d'amélioration continue
- 4.1.4. Animer une équipe, composée d'interlocuteurs internes et/ou externes via des techniques de management inclusif afin d'optimiser l'atteinte des objectifs fixés par le plan marketing communication
- 4.1.5. Mobiliser l'ensemble des acteurs en mettant en avant une démarche de communication responsable et en développant l'image de marque dans l'optique de fédérer autour du sens du projet
- 4.1.6. Planifier puis assurer le suivi de budget via des techniques comptables dans l'optique de maîtriser les coûts inhérents au projet
- 4.1.7. Prévoir et mobiliser les ressources matérielles nécessaires à la réalisation du projet en utilisant des techniques d'éco-gestion afin d'inscrire le projet dans une démarche globale de développement durable

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Réalisation d'un dossier en sous-groupe commun à l'ensemble du bloc

En sous-groupe, à l'aide d'outils bureautiques et de planification

A partir d'une stratégie opérationnelle listant des livrables à répartir dans le temps et les espaces, le candidat propose une organisation rationalisée et structurée de la chaîne de production en mode projet, incluant les aspects humains et logistiques garantissant le respect des impératifs de temps, de qualité et de budget du projet.

## **Secteur d'activité et type d'emploi**

### **SECTEURS D'ACTIVITÉS**

Le métier de Responsable de projet marketing communication s'exerce dans tous les secteurs d'activités et dans les entreprises de toutes tailles. La taille et la structuration de la société influent directement sur son niveau de technicité : il est spécialiste dans les grandes entreprises et dédié au marketing ou à la communication alors que les entreprises de taille petite ou moyenne attendent qu'il soit polyvalent sur les deux domaines.

Le responsable communication et marketing est placé sous la responsabilité fonctionnelle directe du directeur marketing et communication. Au sein d'une agence de publicité, dans un cabinet de conseils ou en tant qu'indépendant, il dépend du donneur d'ordre qui aura réalisé le cahier des charges, et reste en interface avec les acteurs concernés du projet.

Il doit collaborer avec d'autres fonctions, que ce soit par exemple avec la direction commerciale pour les aspects de vente, ou le service informatique pour des aspects plus techniques.

### **TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES**

Les principaux intitulés d'emplois sont :

- Responsable marketing et/ou communication
- Responsable marketing (quelques fois suivi de spécificités type : opérationnel, réseaux sociaux ; digital ; cross canal ...)
- Chef de projet marketing/ communication digital(e)
- Chargé de communication /marketing
- Consultant Marketing / Communication
- Community manager / Social media manager

### **RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ**

Le métier n'est pas réglementé, néanmoins le responsable de projet marketing communication se doit de prendre en compte la législation de l'information et des médias.

Il doit également considérer les éléments relatifs au RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données), la propriété intellectuelle ainsi que le droit à l'image.

Les publicités doivent être élaborées en tenant notamment compte des principes posés par les lois Evin et Toubon. De plus en plus le responsable de projet marketing et communication devra tenir compte des rapports centrés sur le lien entre la publicité et la transition écologique.

### 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)<br>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)            | 3 001 €                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Familles professionnelles (FAP)     | R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)<br>U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible)<br>U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) |
| Projets de recrutement (BMO 2026)   | 14 455                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Jugés difficiles à recruter         | 26 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Emplois saisonniers                 | 11 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Familles professionnelles (FAP)     | R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique<br>U0X80 — Assistants de la communication<br>U0X90 — Cadres de la communication                                                                                                        |

### Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Être titulaire d'une certification de niveau 5 ou équivalent dans les domaines du marketing, de la communication ou de la gestion.

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

Le jury de délivrance de la certification est composé a minima de 60% de professionnels du secteur. Il comprend 5 membres :

- 3 à 4 professionnels non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ;
- 1 à 2 représentant(s) de l'organisme certificateur.

### 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 | 7 700 €             |
| Selon la branche        | 6 000 € – 7 955 €   |
| Prise en charge         | Branches concernées |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 700 € | Valeur par défaut · 165 branches                                                                                                                                                                                                                                              |
| 7 955 € | CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains |
| 6 000 € | CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie                                                                                                                    |
| 7 702 € | CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardineries et graineteries                                                                                                                                                             |
| 6 800 € | CPNE Banque, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire                                                                                                                                                                                               |
| 7 604 € | CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négocier de l'ameublement                                                                                                                                          |
| 7 920 € | CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques                                                                                                                                                                                    |
| 7 500 € | CPNE des industries de santé (CPNEIS)                                                                                                                                                                                                                                         |
| 7 000 € | CPNEFP de l'enseignement privé indépendant                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6 909 € | CPNE de la branche de la librairie                                                                                                                                                                                                                                            |
| 6 500 € | CPNEFP Agences de voyages et tourisme                                                                                                                                                                                                                                         |
| 6 400 € | CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé                                                                                                                                                                                                                         |
| 6 300 € | CPNEFP du négoce des matériaux de construction                                                                                                                                                                                                                                |

## Base légale

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| Date de décision                    | 24/10/2022 |
| Durée de l'enregistrement           | 3 ans      |
| Date d'échéance de l'enregistrement | 24/10/2025 |

## Statistiques

| Année | Certifiés | Dont VAE | Insertion 6 mois | Métier 2 ans |
|-------|-----------|----------|------------------|--------------|
| 2020  | 88        | 0        | 88 %             | 78 %         |
| 2019  | 89        | 0        | 98 %             | 75 %         |
| 2018  | 71        | 0        | 90 %             | 81 %         |

## Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS  
RNCP28763

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)  
RNCP41430

## Pour plus d'informations

### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37006/>

## Se former en apprentissage

|                                |                      |
|--------------------------------|----------------------|
| Formations en apprentissage    | 24                   |
| Organismes gestionnaires (CFA) | 4                    |
| Organismes formateurs          | 6                    |
| Régions couvertes              | 4                    |
| Départements couverts          | 5                    |
| Organismes certifiés Qualiopi  | 6                    |
| Sessions                       | de 09/2024 à 09/2028 |

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   | 10                |
| Parcours menés à terme | 6                 |
| Taux d'achèvement      | 60 %              |
| Période                | 08/2023 – 11/2025 |

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

## Demande CPF — formations engagées

|                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| Dossiers CPF engagés     | 10                |
| Montant total engagé     | 22 530 €          |
| Coût moyen par dossier   | 2 253 €           |
| Durée moyenne            | 304 h             |
| Période                  | 07/2023 – 10/2025 |
| France compétences       | 94 %              |
| Reste à charge titulaire | 4 %               |
| Entreprise               | 2 %               |

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