

Manager du marketing et de la relation client

RNCP38938 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34076, 34093, 34053, 34057, 34085
Code(s) ROME	M1704, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/04/2024
Date d'échéance	26/04/2027

Certificateur(s)

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

Partenaires habilités

52 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 52 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
301	84069177800020	Former et organiser l'évaluation
301	84069177800038	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200055	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AZUR	49301662000061	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AZUR	49301662000079	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE BOURGOGNE	52757351300027	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE BOURGOGNE	52757351300068	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE BOURGOGNE	52757351300084	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE CORSICA	90096359600029	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE DROME	91983512400026	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 52 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38938-manager-du-marketing-et-de-la-relation-client/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le "Manager du marketing et de la relation client" élabore la stratégie commerciale et marketing

de l'entreprise centrée Client et pilote sa mise en oeuvre, en vue de développer les ventes pour gagner des parts de marché et générer de la valeur ajoutée économique, en pleine cohérence avec la politique générale de l'entreprise, et avec une forte orientation résultats .

Porte-parole du client et garant d'une organisation centrée client au sein de l'entreprise, il intervient dans un contexte d'omnicanalité généralisé, d'ultra digitalisation et de concurrence accrue .

Porteur d'une stratégie client 360 °; Il combine l'ensemble des canaux de relation client et de communication marketing on line et off line pour créer une expérience client personnalisée favorable à sa fidélisation et au développement du courant d'affaires .

Dans un contexte où les nouvelles technologies et le e-commerce sont particulièrement présents, les profils de "Marketeurs digitaux" centrés sur le client et spécialistes du e-commerce sont tout particulièrement recherchés par les entreprises de tous secteurs et de toutes tailles , qui se retrouvent à devoir gérer une pénurie de talents sur des fonctions nécessitant un niveau élevé d'expertise et une actualisation permanente des compétences en écho aux évolutions technologiques (Intelligence artificielle par ex) liées au numérique .

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités du Manager du Marketing et de la Relation client s'articulent autour des pôles suivants :

- Il conçoit une stratégie marketing orientée client afin d'adapter l'offre produits / services de l'entreprise aux revendications implicites et explicites du marché.
- Il instaure et diffuse une culture client au sein des différents métiers de l'entreprise,
- Il déploie et conduit les actions commerciales et marketing omnicanal on et off line, en relation directe avec le client ou en s'appuyant sur des partenaires, en les adaptant aux nouveaux comportements et usages des clients et à l'évolution du marché afin de permettre à l'entreprise d'être présente tout au long du parcours d'achat, de mieux convertir et ainsi accroître le volume d'affaires et renforcer l'image de marque de l'organisation.
- Il optimise la proximité et l'engagement du client à l'égard de la marque (stratégie de fidélisation) afin de rentabiliser les investissements (en acquisition/en conversion) et de consolider un avantage concurrentiel .
- Il organise et pilote en mode projet l'ensemble des moyens humains, budgétaires et organisationnels nécessaires à une conduite efficace de la relation client dans une objectif de performance à la fois économique et sociale .
- Il apporte son expertise technologique et marketing dans le cadre de la mise en œuvre d'une relation client digitale (web marketing ou / et e-commerce) , ainsi que pour gérer les datas marketing .

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Élaborer une stratégie marketing orientée client
- Piloter la relation client et le développement des ventes dans un contexte omnicanal
- Manager les ressources humaines, budgétaires et logistiques affectées à la relation client
- Déployer un projet de marketing digital au service de la relation client et gérer la data marketing

Blocs de compétences

RNCP38938BC01 — Bloc 1.Élaborer une stratégie marketing orientée client

LISTE DE COMPÉTENCES

- 1.1 Produire une veille stratégique pour réaliser un diagnostic stratégique de l'entreprise afin de déterminer et anticiper les grandes tendances des comportements d'achats et attentes du marché, les évolutions de l'environnement de l'organisation, ainsi que les nouvelles tendances et innovations en matière de relation client.
- 1.2. Définir une segmentation clients illustrée par des persona à partir de la réalisation d'études et d'enquêtes marketing et d'analyse de données clients, pour orienter la stratégie.
- 1.3. Définir une stratégie marketing centrée client pour servir le business model global objectivé et créer un avantage concurrentiel différenciant pour l'entreprise, dans le respect de la réglementation commerciale.
- 1.4. Décliner à partir de la stratégie marketing et pour chaque couple produits/ services – cibles clients, un plan d'action commercial et marketing omnicanal visant la conquête et la fidélisation client.
- 1.5. Instaurer une culture Client partagée au sein de l'entreprise, pour favoriser la satisfaction client.
- 1.6. Mettre en place un dispositif d'analyse de la performance du plan d'action commercial et marketing, afin de mesurer les éventuels écarts avec les objectifs fixés et de proposer les actions correctives nécessaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un rapport écrit d'une "Mission Conseil", avec une soutenance orale devant jury.

RNCP38938BC02 — Piloter la relation client et le développement des ventes dans un contexte omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

- 2.1. Modéliser des parcours clients omnicanal personnalisés et combinés pour optimiser l'expérience client, en redéfinissant les points de contacts et canaux de communication on line / off line et en organisant leur temporalité pour renforcer l'engagement client
- 2.2. Élaborer et déployer des programmes de marketing relationnel personnalisés et d'inbound marketing, afin d'améliorer le réachat et augmenter la Valeur de Vie Client.
- 2.3.
Détecer des opportunités d'affaires, pour identifier de nouvelles cibles de prospection et gagner des parts de marché.
- 2.4.
Élaborer et piloter la mise en œuvre du plan de prospection, pour garantir l'acquisition et la conversion des prospects.
- 2.5.
Mettre en place des accords de partenariats permettant le développement des ventes.
- 2.6.
A partir d'une demande client complexe, élaborer une proposition commerciale adaptée, afin de prendre en compte le ou les besoins et problèmes exprimés par le client.
- 2.7.
Réaliser une négociation avec un client ou un prospect, en français ou en anglais, suite à une proposition commerciale ou une demande complémentaire, afin de finaliser la vente et de pérenniser la relation dans le respect de l'éthique commerciale.
- 2.8.
Organiser et mettre en œuvre les modalités de traitement efficient des demandes et litiges clients, en vue d'améliorer la satisfaction client et de le fidéliser.
- 2.9.
Optimiser la performance de la relation client, en mettant en place des process opérationnels de gestion de la relation client et les actions correctives visant l'amélioration continue de la qualité de la relation client et l'anticipation des situations de crise.
- 2.10. Elaborer les principaux éléments de Content Marketing, pour diffuser des contenus à forte valeur ajoutée, générant une audience et favorisant l'engagement du client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une étude de cas (situation d'entreprise réelle ou fictive) avec restitution d'un rapport écrit
Une mise en situation orale de négociation.

RNCP38938BC03 — Manager les ressources affectées à la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

- 3.1. Piloter la mise en place opérationnelle de la supply chain en mode projet, afin d'améliorer la compétitivité de l'entreprise et de proposer une offre différenciante.
- 3.2. Organiser le service commercial et/ou marketing, dans l'objectif d'engager les équipes dans un management performant de la relation client.
- 3.3. Manager les équipes commerciales et/ou marketing, dans l'objectif de favoriser l'engagement des collaborateurs.
- 3.4. Suivre la réalisation des objectifs et mesurer la performance commerciale des équipes, en vue de maintenir l'efficacité des équipes.
- 3.5. Gérer les situations conflictuelles internes et externes, pour assurer la cohésion et la motivation des équipes.
- 3.6. Établir et suivre les budgets alloués au développement de la relation client, en prenant en compte l'ensemble des ressources financières nécessaires au bon fonctionnement des actions mises en œuvre, en élaborant des indicateurs et tableaux de bord permettant d'analyser les tendances et éventuellement proposer des ajustements en cas d'écarts constatés.
- 3.7. Elaborer des tableaux de bord de suivi de l'activité des équipes et des informations clients, afin d'analyser la performance des actions mises en œuvre et le cas échéant mettre en œuvre les actions correctives appropriées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une étude de cas (situation d'entreprise réelle ou fictive) avec restitution d'un rapport écrit

Une mise en situation orale en 2 parties (conduite d'entretien ou de réunion ; gestion d'une situation de conflit)

RNCP38938BC04 — Déployer un projet de marketing digital au service de la relation client et gérer la data marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- 4.1. Réaliser un diagnostic de la maturité digitale de l'entreprise, pour proposer à sa direction une stratégie de marketing digital améliorant la relation client
- 4.2. Piloter la collecte et le traitement des data clients, afin d'itérer efficacement les données pour les équipes commerciales et marketing et de déterminer les parcours les mieux adaptés aux différentes cibles clients.
- 4.3. Elaborer le cahier des charges du projet de CRM, afin de sélectionner l'offre permettant d'accroître le volume de données clients et d'optimiser les opérations commerciales.
- 4.4. Déployer un projet CRM, afin de collecter, d'analyser et d'exploiter les datas clients, de gérer efficacement les interactions avec ceux-ci et de générer de nouvelles ventes.
- 4.5. Concevoir un plan d'action du déploiement de la stratégie digitale, afin d'améliorer la présence en ligne de l'entreprise et le parcours client.
- 4.6. Définir une stratégie de contenus (Content marketing et Brand content), en français ou en anglais, adaptée aux cibles, afin de gagner en audience et en parts de marché, dans le respect du cadrage budgétaire.
- 4.7. Déployer les outils de communication digitale, dans l'objectif d'augmenter quantitativement et qualitativement les points de contact client et/ou prospects, en veillant à leur accessibilité, y compris pour les personnes en situation de handicap, et en respectant la réglementation concernant la protection des données (RGPD) et les pratiques de l'éthique commerciale.
- 4.8. À la suite d'un diagnostic, piloter, en mode projet, en associant l'ensemble des parties prenantes concernées, l'optimisation du site internet de l'entreprise, afin de développer la fluidité des parcours clients, la visibilité de l'entreprise et le volume des ventes.
- 4.9. Sélectionner et mettre en œuvre les techniques de référencement, naturel ou payant, permettant d'optimiser la visibilité du site internet de l'entreprise, afin de mettre en place des accélérateurs de la communication dans une stratégie d'acquisition client et/ou d'amélioration de l'expérience client.
- 4.10. Mettre en œuvre des actions de curation et/ou de création de contenu sur les réseaux sociaux, en planifiant et publiant des contenus répondant aux objectifs d'optimisation du parcours client et à la stratégie de communication opérationnelle adaptée aux différentes cibles.
- 4.11. Proposer des mesures d'impact de la stratégie webmarketing et Social Media, pour évaluer la réponse aux objectifs de l'entreprise et préconiser les actions correctives adaptées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un rapport écrit d'une "Mission Conseil", avec une soutenance orale devant jury.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager du Marketing et de la Relation Client intervient dans des entreprises / organisations marchandes de secteur d'activité et de taille très diversifiés , en contexte national ou international.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Selon le secteur d'activité, la taille et l'organisation de l'entreprise, les emplois accessibles après obtention de la certification sont principalement les suivants :

- Responsable de la relations clients / Responsable de la relation clientèle ;
- Customer Success Manager,
- Responsable de la satisfaction et qualité client,
- Chef de projet / manager CRM
- Responsable service clients / Responsable service consommateurs
- Responsable marketing client / Category manager
- Responsables études marketing et datas clients
- Business Analyst
- Business développer
- Responsable commercial
- Ingénieur / chargé d'affaires
- Responsable de marché ou de secteur
- Managers / responsables grands comptes
- Responsable e marketing / e commerce
- Chef de projet marketing digital / SEM / UX UI Design
- Responsable commercial et marketing
- Consultant marketing client / de la relation client/CRM

Après expérience, les évolutions se font vers les postes de

- Directeur de la relation clientèle
- Directeur commercial
- Directeur de réseau
- Directeur marketing
- Directeur de l'expérience client

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Dans le cadre de son activité le professionnel est amené à respecter différentes réglementations qui sont prises en compte dans le cadre de la certification, à savoir notamment :

- Les fondamentaux du droit commercial et de la distribution
- Le droit de la concurrence et des contrats de vente
- Le droit de la consommation et la protection du consommateur, et donc le code de la consommation
- Le droit de la publicité et de la promotion des ventes / de la communication et du marketing, consolidé par le cadre déontologique fixé par l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) .
- Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en lien avec la collecte et le traitement des données, la question du "consentement" , ou encore celle du

Droit à l'Image et du

Respect de la Vie privée (droit civil)

Le fort développement du numérique dans les activités commerciales et marketing a poussé le législateur à mettre en place des réglementations plus poussées dans le domaine pour protéger les consommateurs.

- C'est la cas par exemple de l'ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021, qui vient transposer la directive européenne du 27 novembre 2019 pour répondre à un souci de modernisation du cadre juridique de la protection des

consommateurs, en adaptant les règles existantes à la transformation numérique et en renforçant leur effectivité . Elle encadre les conditions dans lesquelles les professionnels peuvent avoir recours à des annonces de réductions de prix, complète la liste des pratiques nécessairement déloyales, en ajoutant certaines précisions relatives aux pratiques commerciales sur internet.

- Ou encore de la loi REEN (Réduction de l'empreinte environnementale du numérique) publiée le 15 novembre 2021, visant à réduire

l'empreinte environnementale dans le secteur digital et promouvoir des pratiques numériques plus responsables en France .

- La législation européenne sur les services numériques (DSA) réglemente les plateformes en ligne, comme les réseaux sociaux et les marketplaces. Une façon de garantir la transparence et la responsabilité des plateformes en ce qui concerne le contenu publié par leurs utilisateurs, mais aussi pour protéger les consommateurs contre les pratiques commerciales trompeuse

- L' EAA

(European Accessibility Act) encadre l'accessibilité des produits et services numériques pour les personnes handicapées. Cette loi vise à rendre les sites Web, les logiciels et les appareils électroniques accessibles à tous, y compris aux personnes ayant des incapacités visuelles, auditives ou motrices. Elle s'inscrit dans la loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne (DADUE), adoptée le 24 janvier 2023. Le projet de loi transpose dans la législation nationale la directive UE 2019/882 du 17 avril 2019 sur l'accessibilité des produits et services visant à rendre conforme le droit français avec plusieurs textes européens.

Par ailleurs,

lorsqu'il gère une équipe entant que hiérarchique ou chef de projet,

le Manager est amené à prendre en charge le premier niveau de gestion des

Ressources Humaines sous contrôle et avec le soutien de la direction ressources humaines de l'entreprise

. A ce titre, il est tenu de connaître les principales obligations liées au droit individuel et collectif du travail .

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 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
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

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- (1) Etre

titulaire d'un diplôme de niveau 6, d'un titre RNCP de niveau 6.

(2) Ou bien

avoir obtenu un diplôme de niveau 5, assorti d'une expérience professionnelle d'au minimum

3 ans dans le domaine commercial ou marketing

à des postes de middle management .

Dans tous les cas, avoir obtenu un avis favorable

à l'admission après étude du dossier de candidature (complété d'un dossier de validation des acquis professionnels pour les candidats de niveau 5 ou de niveau 6) , et le cas échéant passage des épreuves d'admission écrites et / ou orales

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

Le Jury se compose de 3 membres

:

1 représentant du certificateur et

2 professionnels externes au certificateur experts

de la relation client ou du marketing

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	9 054 €
Selon la branche	6 500 € – 10 107 €
Prise en charge	Branches concernées
9 054 €	Valeur par défaut · 174 branches
10 107 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE Branche ITV, CPNE des Télécoms, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses
7 500 €	CPNE Banque, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNE des industries de santé (CPNEIS)
10 000 €	CPNE de l'immobilier, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEFP Mutualité
9 000 €	CPNE de l'exploitation des équipements thermiques et de génie climatique, CPNEFP Habillement succursaliste, CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
9 700 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes, CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 500 €	CPNE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP inter-secteurs papier carton
10 100 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
9 270 €	CPNEFP Import-Export
9 150 €	CPNEFP Sports Loisirs
8 900 €	CPNEFP de la Publicité
8 879 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 700 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage

8 583 €	CPNEFP Commerce à distance
8 100 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 000 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
7 650 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 400 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	26/04/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/04/2027
Date de dernière délivrance possible	26/04/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	250	0	96 %	—
2021	114	0	94 %	70 %
2020	17	0	100 %	69 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP31991

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34806, RNCP35208, RNCP36519

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38938/>

Où se former

Formations référencées	4
Organismes	3
Régions couvertes	2
Prix indicatif	7 000 € – 12 870 €
Durée	990 – 3430 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	19
Organismes gestionnaires (CFA)	14
Organismes formateurs	17
Régions couvertes	10
Départements couverts	15
Organismes certifiés Qualiopi	17
Formations à distance	2
Sessions	de 10/2024 à 10/2028

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	24
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	4 %
Période	11/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	25
Montant total engagé	136 535 €
Coût moyen par dossier	5 461 €
Durée moyenne	820 h
Période	10/2024 – 08/2026
France compétences	61 %
Reste à charge titulaire	14 %
OPCO	12 %
Entreprise	12 %
France Travail	1 %

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