

Responsable de la performance commerciale et du marketing digital

RNCP40248 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312n, 312t
Formacode(s)	34093, 34554, 34085
Code(s) ROME	M1703, M1704, M1707, E1101
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/02/2025
Date d'échéance	28/02/2030

Certificateur(s)

GMD · SIRET : 38890113400014

Partenaires habilités

20 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation et 19 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION ESUP Group - Établissement de Lyon	80799301900031	Former
ASSOCIATION ESUP Group - Établissement de Rennes	80799301900056	Former
B2H 13 AIX	81946418100034	Former
B2H13 MARSEILLE	81839227600015	Former
B2H83 FREJUS	85151781300024	Former
B2H 83 LA VALETTE	81839222700026	Former
CHAMBRE COMMERCE INDUSTRIE MAINE LOIRE	13000460900017	Former
ESUP GROUP	80799301900106	Former
ESUP GROUP	80799301900114	Former
GMD	38890113400014	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 20 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40248-responsable-de-la-performance-commerciale-et-du-marketing-digital/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le responsable de la performance commerciale et du marketing digital doit être capable d'accompagner les entreprises dans leur transformation numérique et leur appropriation du WEB dans la relation client en mettant en place une stratégie marketing et/ou commerciale omnicanale et en la déclinant en plans opérationnels. Il analyse les différentes composantes du marché et détermine les orientations stratégiques, les objectifs à atteindre et les moyens

multicanaux à mettre en place.

Il accompagne l'entreprise aussi bien dans sa stratégie marketing digitale que dans sa stratégie et ses plans opérationnels commerciaux. Du fait de sa polyvalence, il peut intervenir aussi bien dans le domaine stratégique que dans l'opérationnel. Il peut intervenir dans le domaine commercial en support terrain, comme en management d'équipe et en accompagnement de la transition numérique

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse des marchés de l'entreprise et du comportement du consommateur à l'ère digitale pour définir un ciblage et un positionnement adapté à l'entreprise et au produit en intégrant la RSE et le marketing responsable

Détection des tendances et lancement de nouveaux produits en intégrant la notion de conception universelle

Mise en place et encadrement de la stratégie digitale inbound et data driven de l'entreprise avec une utilisation responsable et efficiente de l'intelligence artificielle

Définition et mise en place de la stratégie de communication multicanale

Déclinaison des orientations stratégiques en objectifs opérationnels de vente et plans d'action commerciale.

Commercialisation de l'offre : Mise en

œuvre des actions de prospection et de fidélisation multicanales, réalisation de propositions commerciales, négociation des contrats.

Elaboration des tableaux de bord de gestion commerciale, administration de ces tableaux, mesure des écarts et mise en place de correctifs

Calcul de la rentabilité d'un produit ou service, de l'unité commerciale

Webmastering et production de contenus digitaux

Développement de la visibilité digitale, traitement et analyse de la data

Mise en place de la logistique e-commerce conformément aux réglementations nationales et internationales. Mise en place d'une solution de paiement.

Identification de la communauté de l'entreprise et management des réseaux sociaux

Pilotage de projet

Animation de groupe de travail

Management d'une équipe et interculturalité

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Recueillir les informations pertinentes et étudier le marché de l'entreprise par une approche multicanale en vue de comprendre les besoins et attentes des clients potentiels et de surveiller la concurrence

Segmenter le marché de l'entreprise en groupes homogènes, cibler et évaluer l'intérêt de chaque segment, trouver un positionnement adapté pour permettre un développement différencié sur chaque segment

Analyser le comportement du consommateur cible à l'ère digitale pour comprendre les besoins, prévoir les tendances, améliorer l'expérience client, se différencier de la concurrence

Définir le plan marketing opérationnel respectant les orientations stratégiques dans une logique éthique et responsable

Analyser les tendances et mettre en place un processus de veille digital pour anticiper le lancement de nouveaux produits

Détecter des marchés potentiels et mettre en place une stratégie et un plan de lancement de nouveaux produits appuyés sur le design thinking intégrant dès l'amont la notion de conception universelle dans la réflexion sur le produit ou service

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale intégrée et adaptée, basée sur un audit exhaustif de l'appropriation du Web par l'entreprise, visant à renforcer la présence en ligne de l'entreprise par une image de marque cohérente et une approche inbound marketing et data driven

Intégrer l'ia dans les stratégies

marketing digital (utiliser l'ia pour analyser les données et pour l'analyse prédictive, personnaliser les campagnes marketing, chatbots et assistants virtuels, automatiser les campagnes, gérer les réseaux sociaux),

Analyser et optimiser l'expérience client en vue d'accroître la satisfaction et améliorer la fidélisation et mettre en place des parcours mixtes : showrooming et ROPO

Définir une identité de marque et définir la stratégie de communication

Assurer la promotion de l'offre en établissant un plan de communication omnicanal et en sélectionnant des supports de communication

adaptés à l'entreprise, à la cible et aux produits

Développer le marketing événementiel pour promouvoir la marque ou le produit

Traduire les orientations stratégiques en plans commerciaux opérationnels permettant de définir les objectifs commerciaux et planifier les actions

Elaborer et mettre en œuvre des stratégies de prospection et de fidélisation multicanales, intégrant le social selling, pour l'expansion, la diversification et la pérennisation du portefeuille clients

Vendre et négocier des contrats en utilisant un plan précis et en intégrant les marges de négociation en langue française et anglaise

Après avoir défini les objectifs, construire des tableaux de bord appuyés une sélection de KPI pertinents permettant de suivre et piloter la performance commerciale

Définir des indicateurs de rentabilité adaptés aux produits et à l'unité commerciale, interpréter les résultats et mesurer leurs conséquences afin de pouvoir étayer des décisions stratégiques

Concevoir, développer et maintenir un site web (vitrine ou marchand) en utilisant des technologies web (HTML, CSS, javascript) et un CMS, tout en assurant la mise à jour de son contenu, le choix de l'hébergement approprié et le respect des normes RGAA

Créer des contenus engageants pour le web (photos, vidéos, montages, infographie,...) à l'aide de logiciels professionnels adaptés

Optimiser le référencement du site sur les moteurs de recherche grâce aux techniques de SEO et SEA, en mesurant les résultats et en élaborant des statistiques Cela inclut l'analyse de l'audience et l'analyse du retour sur investissement (ROI)

Choix et mise en place d'une solution logistique(dropshipping, e-fulfilment, Gestion interne, plateforme logistique tout-en-un)

et d'une solution de paiement adaptées à la situation

Développer et manager une stratégie de contenu pour les réseaux sociaux en se basant sur l'analyse sociologique des communautés de l'entreprise, tout en mesurant l'audience et les retombées des campagnes publicitaires (social advertising)

Piloter un projet en définissant mission et objectifs, en structurant et séquençant les tâches et en suscitant l'adhésion de l'équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés

Animer une réunion et un groupe de travail à partir des techniques de communication et de la PNL, en favorisant les prises de décision par la mobilisation de l'intelligence individuelle et collective

Manager une équipe (Organiser, motiver, communiquer, cadrer, inspirer, souder), en intégrant les notions d'interculturalité et de management des situations de handicap,et la fédérer autour de valeurs communes pour faire apparaître un esprit de collaboration au service de la performance collective

Blocs de compétences

RNCP40248BC01 — Définir les orientations stratégiques éthiques et responsables et la politique marketing omnicanale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Recueillir les informations pertinentes et étudier le marché de l'entreprise par une approche multicanale en vue de comprendre les besoins et attentes des clients potentiels et de surveiller la concurrence

Segmenter le marché de l'entreprise en groupes homogènes, cibler et évaluer l'intérêt de chaque segment, trouver un positionnement adapté pour permettre un développement différencié sur chaque segment

Analyser le comportement du consommateur cible à l'ère digitale pour comprendre les besoins, prévoir les tendances, améliorer l'expérience client, se différencier de la concurrence

Définir le plan marketing opérationnel respectant les orientations stratégiques dans une logique éthique et responsable

Analyser les tendances et mettre en place un processus de veille digital pour anticiper le lancement de nouveaux produits

Détecter des marchés potentiels et mettre en place une stratégie et un plan de lancement de nouveaux produits appuyés sur le design thinking intégrant dès l'amont la notion de conception universelle dans la réflexion sur le produit ou service

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale intégrée et adaptée, basée sur un audit exhaustif de l'appropriation du Web par l'entreprise, visant à renforcer la présence en ligne de l'entreprise par une image de marque cohérente et une approche inbound marketing et data driven

Intégrer l'ia dans les stratégies

marketing digital (utiliser l'IA pour analyser les données et pour l'analyse prédictive, personnaliser les campagnes marketing, chatbots et assistants virtuels, automatiser les campagnes, gérer les réseaux sociaux), Analyser et optimiser l'expérience client en vue d'accroître la satisfaction et améliorer la fidélisation et mettre en place des parcours mixtes : showrooming et ROPO
Définir une identité de marque et définir la stratégie de communication
Assurer la promotion de l'offre en établissant un plan de communication omnicanal et en sélectionnant des supports de communication adaptés à l'entreprise, à la cible et aux produits
Développer le marketing événementiel pour promouvoir la marque ou le produit

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée

RNCP40248BC02 — Développer et piloter la performance commerciale sur les différents canaux et suivre la rentabilité

LISTE DE COMPÉTENCES

Traduire les orientations stratégiques en plans commerciaux opérationnels permettant de définir les objectifs commerciaux et planifier les actions
Elaborer et mettre en œuvre des stratégies de prospection et de fidélisation multicanales, intégrant le social selling, pour l'expansion, la diversification et la pérennisation du portefeuille clients
Vendre et négocier des contrats en utilisant un plan précis et en intégrant les marges de négociation en langue française et anglaise
Après avoir défini les objectifs, construire des tableaux de bord appuyés une sélection de KPI pertinents permettant de suivre et piloter la performance commerciale
Définir des indicateurs de rentabilité adaptés aux produits et à l'unité commerciale, interpréter les résultats et mesurer leurs conséquences afin de pouvoir étayer des décisions stratégiques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Business game - étude de cas

RNCP40248BC03 — Concevoir, développer et piloter le pôle communication et commercialisation digitales de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir, développer et maintenir un site web (vitrine ou marchand) en utilisant des technologies web (HTML, CSS, javascript) et un CMS, tout en assurant la mise à jour de son contenu, le choix de l'hébergement approprié et le respect des normes RGAA
Créer des contenus engageants pour le web (photos, vidéos, montages, infographie,...) à l'aide de logiciels professionnels adaptés
Optimiser le référencement du site sur les moteurs de recherche grâce aux techniques de SEO et SEA, en mesurant les résultats et en élaborant des statistiques Cela inclut l'analyse de l'audience et l'analyse du retour sur investissement (ROI)
Choix et mise en place d'une solution logistique(dropshipping, e-fulfilment, Gestion interne, plateforme logistique tout-en-un)
et d'une solution de paiement adaptées à la situation
Développer et manager une stratégie de contenu pour les réseaux sociaux en se basant sur l'analyse sociologique des communautés de l'entreprise, tout en mesurant l'audience et les retombées des campagnes publicitaires (social advertising)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas - projet professionnel

RNCP40248BC04 — Piloter des projets et Manager une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter un projet en définissant mission et objectifs, en structurant et séquençant les tâches et en suscitant l'adhésion de l'équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés
Animer une réunion et un groupe de travail à partir des techniques de communication et de la PNL, en favorisant les prises de décision par la mobilisation de l'intelligence individuelle et collective
Manager une équipe (Organiser, motiver, communiquer, cadrer, inspirer, souder), en intégrant les notions

d'interculturalité et de management des situations de handicap,et la fédérer autour de valeurs communes pour faire apparaître un esprit de collaboration au service de la performance collective

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas concret - Mise en situation

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Du fait de la polyvalence de la formation, le responsable de la performance commerciale et du marketing digital est particulièrement adapté aux PME qui ont un besoin crucial de faire évoluer leur stratégie marketing et commerciale vers le numérique. Dans les plus grandes structures, il pourra intégrer les départements marketing, commerciaux ou e-commerce. Lorsqu'il exerce en agence, il propose une stratégie qui sera mise en œuvre par les chefs de produit de l'entreprise.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- responsable e-commerce
- community manager
- social media manager
- Chargé de développement commercial Web
- content manager
- Chef de Produit, chef de marché
- Responsable de la Promotion des Ventes
- attaché/conseiller commercial
- responsable/chef de rayon
- Responsable de l'e-marketing
- Responsable site web
- Responsable de la stratégie mobile
- Responsable de la Communication
- Traffic Manager
- Digital Account Manager
- Média Planner
- Directeur de Clientèle
- Chef de Publicité
- Chargé / Chef de Projet Communication
- Webmaster Concepteur de sites Web

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

Etre titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5, ou alors dans le cadre d'une procédure de VAP en faisant valider l'expérience professionnelle (salariée ou non), les formations suivies ou les acquis personnels développés hors de tout système de formation.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 4 membres : Le directeur d'établissement - 2 professionnels

- Le responsable de filière

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

Le jury est composé de 4 membres : Le directeur d'établissement - 2 professionnels - Le responsable de filière

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	7 840 €
Selon la branche	5 418 € – 8 057 €
Prise en charge	Branches concernées
7 840 €	Valeur par défaut · 182 branches
8 057 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNEF de la Branche des organismes de formation
8 016 €	CPNE de l'immobilier, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 500 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
8 043 €	CPNEFP Sports Loisirs
8 012 €	CPNEF de la Publicité
7 928 €	CPNE de la branche de la librairie
7 883 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat

7 870 €	CPNEFP Mutualité
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance
7 470 €	CPNE Travail Temporaire
7 210 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 500 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie
5 418 €	CPNEFP des commerces de gros

Base légale

Date de décision	28/02/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/02/2030
Date de dernière délivrance possible	28/02/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	81	0	92 %	—
2023	94	0	100 %	89 %
2022	37	0	100 %	86 %
2021	113	0	93 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36485

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34580, RNCP36485, RNCP37786, RNCP37849, RNCP37974

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Bachelor marketing digital | Idelca Business School

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40248/>

Où se former

Formations référencées	7
Organismes	7
Régions couvertes	6
Prix indicatif	4 490 € – 6 465 €

Durée	499 h
-------	-------

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	13
Organismes gestionnaires (CFA)	11
Organismes formateurs	13
Régions couvertes	7
Départements couverts	9
Organismes certifiés Qualiopi	13
Sessions	de 10/2025 à 07/2028

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	2
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	11/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	4 490 €
Coût moyen par dossier	4 490 €
Durée moyenne	443 h
Période	10/2025
France compétences	52 %
Reste à charge titulaire	48 %

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