

Manager expert en transformation numérique

RNCP40589 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	326p, 326t
Formacode(s)	32016, 34093, 31025, 46347
Code(s) ROME	M1806, M1402, M1805, M1802, E1101
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/04/2025
Date d'échéance	30/04/2030

Certificateur(s)

EFREI PARIS · SIRET : 39889833800023

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
DRS SCHOOL	85398915000018	Former et organiser l'évaluation
ESSIN	94118602500016	Former et organiser l'évaluation
GROUPE PARIS ECOLE DE MANAGEMENT	48888299400046	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE FORMATION PROFESSIONNELLE DES OUTRE-MER	90446989700022	Former et organiser l'évaluation
YOU WEB	79975732300040	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager - expert de la transformation numérique joue un rôle stratégique essentiel pour piloter et réussir le processus de transformation de l'entreprise qui l'emploie ou pour le compte d'un client. Il est un intervenant de premier rang du processus de la transformation numérique à opérer en accompagnant la direction d'une entreprise ou la gouvernance de ses clients, ainsi que les équipes projets qu'il coordonne et /ou gère au niveau hiérarchique et/ou fonctionnel. Son management peut être direct, transverse ou de transition.

Cet expert doit justifier d'une triple expertise :

- Il intervient généralement en amont de la transformation, en réalisant des audits et des diagnostics, et en proposant des recommandations alignées avec les meilleures pratiques du marché et les tendances émergentes ainsi que les veilles technologiques, d'innovation, veilles réglementaires et légales et la veille concurrentielle entre autres. Cette première expertise initie le déploiement de ses compétences en stratégie spécialisée dans la transformation numérique avec une grande sensibilité à l'amélioration continue.
- Il pilote le projet de la transformation dans sa globalité dès la réception et/ou co-construction de son cahier des

charges ainsi que sa feuille de route en prenant en considération son écosystème et l'ensemble des parties prenantes

- Il gère des équipes pluridisciplinaires, fédère, forme et accompagne vers la montée en compétence et la réalisation de la stratégie de la transformation avec une culture du changement ancrée, de l'éthique et de la souveraineté numérique. Sa posture lui permet de challenger les pratiques existantes et d'apporter des perspectives nouvelles en acteur clé du changement.

Ce métier s'exerce principalement au sein d'entreprises privées de toute taille appartenant au secteur public ou privé (ETI / PME et startup), dans tous les secteurs d'activités,

au sein de cabinets de conseil généralistes ou spécialisés dans la transformation numérique, sous statut salarié ou statut indépendant.

Le Manager-expert de la transformation numérique est en contact avec de multiples intervenants internes et externes, il est le porteur de chartes telles que l'éthique et la déontologie en lien avec le numérique et son contexte, de la donnée, son importance, sa pertinence, sa sécurité et sécurisation, ainsi que l'égalité, l'inclusivité, l'accessibilité et la responsabilité sociétale de manière générale.

Il est le garant du respect des législations et des normes Qualité en lien avec le numérique et le secteur dans lequel il évolue et ce dans le périmètre de son intervention.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'un diagnostic des besoins d'une organisation (entreprise employeur ou client)

Conduite de veilles spécifiques aux technologies numériques

Formalisation du diagnostic et définition des opportunités de transformation numérique en adéquation avec la stratégie globale de l'organisation

Mise en œuvre d'une feuille de route stratégique dans un contexte de changement

Élaboration d'un plan stratégique de la transformation numérique

Construction du plan d'actions de la transformation numérique

Évaluation et sélection des ressources internes et/ou externes nécessaires à la mise en œuvre de la transformation

Conduite du plan d'actions de la transformation numérique

Mise en œuvre d'une démarche d'amélioration continue

Constitution d'une équipe pluridisciplinaire en intégrant la RSE et l'approche inclusive, dans le cadre d'un projet ou de la gestion d'un service

Organisation des activités, des rôles et des missions de chaque membre de l'équipe

Mise en œuvre de méthodes managériales adaptées au collectif et à chaque collaborateur de l'équipe d'un projet ou d'un service

Gestion et développement des compétences dans le cadre évolutif de la stratégie de l'organisation et dans

le contexte de l'utilisation de l'IA

Conception

et définition de la vision du produit

Planification et développement du produit

Lancement du produit et analyse de performance

Élaboration d'une stratégie de collecte et de traitement des données

Analyse et interprétation des données à l'aide de l'intelligence artificielle

Exploitation de modèles d'IA dans le cadre de l'optimisation de la stratégie numérique

Élaboration d'une stratégie de création

d'une audience qualifiée

Élaboration d'une stratégie de conversion des visiteurs en prospects

Conversion des prospects en clients puis en clients fidèles

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser les processus métiers, les systèmes d'information, l'infrastructure technologique, le modèle économique, les méthodes de segmentation des cibles, les besoins clients et le degré d'inclusivité et d'accessibilité universelle de l'organisation en mobilisant des méthodes d'audit (matrice d'analyse stratégique, cartographie de processus, modèle d'analyse de chaîne de valeur...), afin d'identifier les forces, faiblesses et opportunités pour la transformation numérique.

Mettre en œuvre des outils de mesure de la maturité numérique (modèles de maturité numérique, indicateurs de performance, benchmarks sectoriels) pour évaluer l'alignement des pratiques numériques avec les objectifs stratégiques de l'organisation et détecter les écarts à réduire ou à éliminer.

Évaluer les pratiques actuelles de l'organisation en matière de responsabilité sociétale (RSE), d'inclusivité et d'accessibilité universelle, en analysant la manière dont elles sont intégrées dans les processus métiers et les systèmes numériques, afin de proposer des ajustements permettant à la transformation numérique de renforcer l'image de l'entreprise, la durabilité, l'accessibilité, l'inclusivité et l'écoresponsabilité de ses actions.

Organiser et actualiser un système de veilles dont une veille stratégique en identifiant des sources d'informations pertinentes et fiables (en ligne, hors ligne, événements, réseaux professionnels...), et en synthétisant les résultats dans un format structuré et directement exploitable et universellement accessible, afin de faciliter leur analyse et leur utilisation pour la prise de décision.

Analyser les données collectées en identifiant les évolutions clés (réglementations, normes, innovations technologiques, exigences sociales, sociétales et environnementales, protection des données, propriété intellectuelle, concurrence...) et en anticipant les perspectives, afin de fournir des informations précises et actualisées pour soutenir une prise de décision stratégique par la gouvernance.

Présenter à la gouvernance et aux autres parties prenantes les résultats de la veille et des scénarios prospectifs basés sur les évolutions identifiées, afin d'ajuster la vision stratégique, ainsi que les objectifs de l'organisation, et définir les axes stratégiques sur du court, moyen et long terme.

Formaliser le rapport de diagnostic stratégique, universellement accessible, en synthétisant les résultats du diagnostic interne (forces, faiblesses) et du diagnostic externe (opportunités, menaces), en prenant en compte les business model définis afin de proposer une vision globale intégrant les enjeux de transformation numérique.

Analyser les besoins en ressources humaines, technologiques et financières nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie de transformation numérique alignée avec la stratégie globale de l'organisation, en tenant compte des priorités stratégiques, de la démarche inclusive, des contraintes budgétaires, des compétences requises et des moyens mobilisés par l'organisation, afin de définir les opportunités et les objectifs de la transformation numérique.

Argumenter sur les objectifs et les opportunités de la stratégie de transformation numérique auprès de la gouvernance et des parties prenantes (Direction générale, DSI, Direction Marketing...) en présentant les résultats de l'analyse réalisée afin de garantir leur adhésion, favoriser une mise en œuvre cohérente et alignée de cette stratégie avec les attentes de l'organisation et initier la feuille de route stratégique de la transformation numérique.

Mobiliser les acteurs de l'organisation autour des objectifs et des opportunités de la feuille de route stratégique de transformation numérique en forte interaction avec la gouvernance (Direction Générale, DSE, Direction Marketing etc....) en présentant sous une forme universellement accessible, les résultats de l'analyse réalisée, afin de garantir l'adhésion de tous et favoriser une mise en œuvre cohérente et alignée avec les attentes de l'organisation et de son marché.

Établir et suivre un plan de communication efficace, universellement accessible, et différencié avec les parties prenantes (Direction, DRH, DSI, Direction Marketing, CSE...)?; afin de favoriser leurs approbations, atténuer les résistances au changement durant l'étape d'établissement de la feuille de route stratégique et anticiper les difficultés de mise en œuvre de la transformation durant l'exécution du plan d'action.

Définir des indicateurs de performance clés (KPI) de la feuille de route stratégique adaptés à chaque processus, pour suivre la performance et l'amélioration continue en fonction des écarts observés, des imprévus ou des changements d'objectifs, afin de garantir l'atteinte des résultats escomptés par l'ensemble des parties prenantes.

Établir le plan stratégique à court, moyen et long terme de la transformation numérique en collaboration avec toutes les parties prenantes (Direction, DRH, DSI, Direction Marketing CSE...), en s'appuyant sur les résultats de l'analyse des besoins de l'organisation, ainsi que sur les objectifs de transformation définis, et en définissant précisément les moyens nécessaires afin de garantir le pilotage d'une transformation numérique réaliste et à la vision partagée par tous les acteurs.

Analyser en collaboration avec les parties prenantes (Direction, DRH, DSI, Direction Marketing, CSE, Direction RSE...) les risques liés au déploiement du plan stratégique, en tenant compte des résultats du diagnostic stratégique de l'organisation, afin de proposer des mesures d'atténuation permettant d'optimiser la réussite de la transformation numérique.

Définir des indicateurs de performance clés (KPI) du plan stratégique en appliquant une méthode adaptée, pour l'ajuster en fonction des écarts observés, des imprévus, des évolutions réglementaires ou des changements d'objectifs, afin de garantir l'atteinte des résultats escomptés.

Définir les actions du plan de transformation numérique en rédigeant un cahier des charges détaillé et universellement accessible qui délimite le périmètre de chaque action, en évaluant les besoins en ressources

humaines, financières, technologiques et logistiques, et en planifiant un calendrier précis des livrables pour l'ensemble des parties prenantes, afin d'assurer un suivi structuré et efficace du projet.

Élaborer un budget adéquat pour la mise en œuvre du plan d'actions de la transformation numérique en tenant compte des coûts prévisionnels associés à chaque activité, ainsi que des économies potentielles ou des revenus supplémentaires générés par la transformation numérique, afin de garantir la viabilité financière du projet et d'optimiser les ressources allouées.

Établir les rôles et responsabilités des membres de l'équipe, en tenant compte des spécificités de chacun (culture, handicap, droit à la différence...) pour la mise en œuvre du plan d'actions numérique en utilisant la matrice RACI, et définir les outils de gouvernance (comité projet, comité de pilotage, comité stratégique), en rédigeant et diffusant des documents clairs, afin de structurer et clarifier l'organisation et le suivi du projet.

Auditer les ressources disponibles avec les services compétents, en utilisant des méthodes d'évaluation appropriées afin de déterminer celles qui peuvent être mobilisées pour répondre aux besoins de mise en œuvre du plan stratégique de la transformation numérique.

Sélectionner les prestataires et fournisseurs externes en fonction des critères du cahier des charges, en évaluant leurs propositions sur la base des coûts et ses pratiques responsables et écoresponsables, des délais et de la qualité, afin d'optimiser les ressources et garantir le niveau de performance attendu pour le projet.

Élaborer des outils, conçus selon les normes d'accessibilité universelle, pour garantir le suivi du déroulement du plan d'actions en s'appuyant sur les indicateurs de performances (KPI), afin de mesurer l'efficacité et l'impact de la mise en œuvre du plan et s'assurer que ses objectifs soient SMART et pertinents

Mettre en œuvre des modalités de suivi des actions et des processus de reporting en organisant des réunions régulières, avec les parties prenantes, de partage et de suivi des indicateurs de performance ainsi que les écarts identifiés, afin de garantir une communication continue sur l'avancement du plan d'actions numérique et le maintien de la motivation des équipes.

Superviser l'exécution du plan d'actions numérique en identifiant en amont les risques potentiels à l'aide d'une matrice des risques, et en ajustant les ressources en cours d'exécution tout en gérant les imprévus, afin de respecter le planning, le budget et le niveau de qualité fixés.

Garantir une gestion documentaire efficiente et universellement accessible des processus et des résultats obtenus en standardisant les process et procédures opérationnelles afin de faciliter les analyses futures, de partager les bonnes pratiques, et d'optimiser les projets ultérieurs.

Superviser la collaboration entre les prestataires, les fournisseurs externes et les équipes internes en formalisant les conditions de travail, les engagements contractuels et la planification de ces derniers, afin de piloter les relations externes de manière optimale et garantir la bonne exécution des prestations.

Superviser la collecte des données de performance en utilisant des outils analytiques adaptés, afin d'obtenir des données pertinentes et fiables pour l'analyse de la stratégie de transformation numérique.

Analyser les données de performance recueillies en identifiant les points forts et les points faibles de la stratégie de transformation numérique, afin de repérer les écarts par rapport aux objectifs stratégiques et de détecter les opportunités d'amélioration.

Formuler à la gouvernance et aux autres parties prenantes des recommandations qualitatives en proposant des actions correctives basées sur l'analyse des données, ou des actions d'amélioration continue afin d'augmenter la performance globale de la stratégie numérique et garantir le suivi des KPI.

Mettre en œuvre les recommandations d'amélioration avec les parties prenantes en respectant un planning et un budget définis, et en suivant les impacts des actions correctives, afin de mettre à jour et d'optimiser la stratégie numérique.

Communiquer les résultats et les améliorations à mettre en place aux parties prenantes en produisant les documents universellement accessibles et adaptés, et en utilisant les canaux de communication appropriés, afin de les impliquer efficacement dans le processus d'amélioration.

Superviser la rédaction d'une ou plusieurs fiches de postes en collaboration avec le service RH, à partir d'un diagnostic établi des ressources en compétences existantes et manquantes en interne, et de prestataires extérieurs à solliciter, en veillant à garantir la diversité et l'inclusivité (inter ou multi-culturelle, personnes en situation de handicap...) afin de garantir l'adéquation des besoins en compétences avec les objectifs du plan stratégique en matière de gestion prévisionnelle des ressources humaines mobilisables

Contribuer au recrutement des membres de l'équipe projet ou de son service en intégrant les enjeux RSE de l'organisation en mettant en œuvre le processus adéquat (sélection, entretiens) et en favorisant une approche inclusive et valorisant également la diversité (langage neutre, suppression des stéréotypes et des biais, et mise en place d'une atmosphère bienveillante) afin de favoriser la cohésion future de l'équipe, améliorer l'engagement des

collaborateurs et inscrire durablement la culture de l'organisation en matière de RSE

Participer à la conception d'un plan d'intégration du nouveau collaborateur au sein de l'équipe et de l'organisation en collaborant avec le service RH afin de favoriser à court terme l'accélération de la prise de poste dans les meilleures conditions et la rétention des talents à moyen terme.

Définir les activités, missions, tâches, rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe à partir du choix d'une méthodologie de gestion de projet adaptée en décomposant les objectifs à atteindre de chaque plan d'actions à mener et en tenant compte des compétences, de l'expérience, des caractéristiques différenciantes et des disponibilités de chacun afin de pouvoir exécuter le plan d'actions de manière optimale.

Mettre en œuvre une organisation du travail collaborative et efficiente en tenant compte des contraintes de l'organisation et des individus, notamment dans des contextes interculturels et de travail à distance afin d'optimiser la qualité de vie au travail en favorisant l'inclusivité, le bien-être et l'engagement.

Déployer des méthodes managériales innovantes basées sur l'éthique, la déontologie, le respect, la bienveillance, la reconnaissance, l'écoute, la culture de l'inclusion et le respect des diversités au sein d'une équipe pluridisciplinaire et multiculturelle en mettant en place des sets d'outils et de pratiques encourageant le travail d'équipe (réunions régulières, brainstorming, team building) et en favorisant la collaboration ainsi que la cohésion d'équipe, dans le contexte de la transformation numérique et de la prise en compte de l'inclusivité afin de promouvoir l'intelligence collective et prévenir les risques psychosociaux

Établir des objectifs (SMART) de performance collective et individuelle au sein de l'organisation de travail par l'emploi de méthodes appropriées et en réalisant les entretiens annuels obligatoires pour chaque collaborateur et en l'évaluant afin de s'assurer de l'adhésion du collectif et de son engagement au quotidien.

Assurer le suivi de la réalisation des objectifs individuels du collaborateur en établissant des points réguliers et en se concertant avec lui sur des moyens adaptés à l'atteinte des objectifs proposés afin de suivre efficacement son niveau de performance, renforcer son engagement et sa motivation ainsi que contribuer au développement de ses compétences.

Gérer et anticiper les conflits en pratiquant la méthode de communication la plus adaptée, garantissant une écoute active et en recherchant des solutions agiles afin d'améliorer la dynamique de groupe et préserver le climat social de l'organisation

Gérer le parcours professionnel du collaborateur dans l'organisation en facilitant l'écoute de ses besoins et en maîtrisant les aspects légaux et conventionnels dans le cadre de la relation employeur/salariés (embauche, salaires, primes, congés, absences, formation, licenciement...) afin d'allier le bien-être du collaborateur, la qualité de vie au travail (QVT) et le fonctionnement efficient de l'organisation.

Piloter le projet ou le service, en collaboration avec la DRH, sous l'angle de la gestion des compétences et des métiers en élaborant et en conduisant un plan de développement des compétences ainsi qu'un plan de formation personnalisés prenant en compte l'inclusivité afin d'anticiper et de suivre les évolutions stratégiques de l'organisation dans son environnement.

Identifier l'impact de l'intelligence artificielle sur les activités de l'équipe et le recrutement en analysant les tâches de travail en vigueur, et en évaluant les compétences de l'équipe, en identifiant les opportunités et en évaluant les risques afin d'anticiper l'évolution des postes.?

Élaborer la vision du produit en menant des phases de Product Discovery (Découverte Produit), en analysant les tendances du marché, les technologies émergentes, évolutions réglementaires et les besoins des utilisateurs dont les besoins spécifiques des personnes en situation de handicap, afin de définir une proposition de valeur différenciée auprès de sa gouvernance

Communiquer la vision du produit auprès des parties prenantes internes et externes en utilisant des outils adaptés (exemple Product Canvas ou la Story Mapping, ...), afin de garantir l'alignement stratégique et l'engagement de tous.

Identifier et spécifier les opportunités «?produit?» en initiant des «?User Stories?» (spécifications du point de vue de l'utilisateur) à partir d'idées innovantes afin de préparer la construction d'un Backlog sécurisé et conçu en respectant les règles de l'accessibilité universelle

Définir la Product Roadmap en priorisant les fonctionnalités dans le Backlog avec les équipes de développement, et en établissant un planning réaliste s'appuyant sur les méthodologies Agiles (par exemple) pour guider le processus de développement.

Gérer le développement du produit en orchestrant les phases de Delivery (développement technique), en tenant compte de l'accessibilité universelle, en coordonnant les équipes pluridisciplinaires multiculturelles (design, technique, marketing), et en assurant le respect des Sprints (cycle d'itération de la méthode Agile) pour garantir les délais et les objectifs de qualité.

Itérer les processus autour de la Roadmap, du Backlog et du plan de développement en intégrant les retours des

utilisateurs et en analysant les métriques produit (par exemple indicateurs d'usage), afin de maintenir la pertinence du produit face aux évolutions du marché.

Coordonner le lancement du produit coconstruit avec les équipes marketing et commerciales en adaptant les discours marketings et commerciaux sur le produit afin de maximiser sa mise sur le marché et sa conformité aux dispositifs réglementaires et légaux en vigueur ainsi qu'à la conception universelle.

Suivre et analyser les performances du produit post-lancement et en continu, en récoltant des données d'utilisations, ainsi qu'en utilisant des KPI spécifiques tels que le NPS (Net Promoter Score), le taux de rétention etc..., et en réalisant des analyses de cohortes d'utilisateurs, afin d'évaluer le succès et identifier les axes d'amélioration.

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de collecte de données internes et externes en sélectionnant les outils et méthodes appropriés tout en assurant la conformité aux réglementations dont celles qui régissent la protection des données (RGPD), afin d'obtenir des données pertinentes et exploitables pour les objectifs d'analyse.

Piloter la transformation des données brutes à travers la mise en œuvre des techniques avancées de préparation des données en assurant la détection, la correction des anomalies et la validation de la qualité, pour obtenir un ensemble de données exploitables et optimales en vue de l'analyse et de la modélisation.

Superviser la conception et l'exécution des requêtes complexes et optimisées en utilisant des langages de requête adaptés pour extraire et structurer les données pertinentes, dans des bases de données relationnelles ou non relationnelles, en vue d'analyses avancées.

Sélectionner et évaluer des algorithmes d'apprentissage automatique avancés (classification, régression, clustering, etc.), en intégrant des approches d'ajustement pour affiner les modèles de manière itérative afin de les rendre plus performants.

Interpréter les résultats issus des analyses des données en développant des visualisations narratives et universellement accessibles et en présentant à la gouvernance des insights actionnables, afin d'aider à la prise de décision stratégique et optimiser les processus de l'organisation.

Évaluer les modèles d'apprentissage automatique les plus pertinents en fonction des objectifs stratégiques, des caractéristiques des données disponibles et des contraintes opérationnelles et budgétaires, afin de maîtriser les enjeux stratégiques.

Intégrer des modèles d'intelligence artificielle dans les processus existants en supervisant la création de pipelines de données et en développant des interfaces utilisateurs intuitives et inclusives ainsi que l'automatisation des tâches récurrentes afin de faciliter la prise de décision par les équipes.

Mettre en place des systèmes de suivi et d'évaluation continue des performances des modèles d'intelligence artificielle, en sélectionnant des indicateurs de performance, sécurité et fiabilité clés (KPIs) appropriés, afin de permettre aux parties prenantes d'identifier les points d'amélioration et de garantir la performance et la fiabilité des modèles dans le temps.

Concevoir une stratégie de contenus, à partir de la segmentation des cibles de l'écosystème, en analysant des données issues de diverses études de marché et d'analyses des comportements clients et de leurs interactions, tout en tenant compte de l'analyse conversationnelle ainsi que de leur diversité (personnes en situation de handicap, populations mal desservies) afin d'anticiper et de répondre aux besoins spécifiques des persona cibles tout au long de leur parcours client.

Piloter la conception et la production de contenus originaux et adaptés (articles, podcasts, vidéos, infographies...), par la mise en œuvre d'un plan d'actions associé tenant compte de l'écosystème et des persona cibles en collaboration avec les équipes créatives et techniques, afin de répondre de manière innovante aux attentes des persona cibles, tout en garantissant l'inclusivité et l'accessibilité universelle (sous-titres, audiodescription, etc.), des réglementations applicables,

des formats et leur diffusion optimale sur des plateformes variées et adaptées aux objectifs de l'organisation.

Élaborer une stratégie d'optimisation du référencement naturel (SEO) dans les résultats des moteurs de recherche par l'intégration des réseaux sociaux et agents conversationnels, en supervisant l'application des meilleures pratiques techniques (respect des normes d'accessibilité WCAG et/ou RGAA notamment), sémantiques et de création de liens par les équipes de production, afin de développer le trafic naturel et garantir l'autorité du site Web de l'organisation.

Élaborer une stratégie d'amplification de la visibilité des contenus de l'organisation sur les réseaux sociaux (SMO) ainsi que la valorisation de l'évènement en tant que levier de créations de contenus, en coordonnant les équipes créatives et techniques en charge de la réalisation des créations et de leur publication, tout en veillant au respect des normes en vigueur dont celles liées à l'inclusivité et à l'accessibilité universelle, afin de renforcer la notoriété de l'organisation et le trafic vers son site Web.

Élaborer une campagne de publicité payante en ligne (search, display, vidéo), en réalisant un plan média et de communication incluant notamment le recours aux influenceurs, et cadrant notamment les aspects créatifs,

techniques, éthiques, sécuritaires et budgétaires dans le respect des normes, réglementations en vigueur et des bonnes pratiques incluant l'inclusivité et l'accessibilité universelle, afin de maximiser la visibilité des contenus et de générer un trafic qualifié, en synergie avec les stratégies organiques (SEO et SMO).

Élaborer une stratégie de qualification des visiteurs avec la conception et la réalisation de tunnels de conversion composés de pages d'atterrissage performantes et accessibles (respect des normes et réglementations applicables, dont celle de l'accessibilité WCAG et/ou RGAA), afin de recueillir toutes les données nécessaires sur les visiteurs, y compris ceux en situation de handicap, pour qualifier et répondre à leurs besoins, dans le strict respect des réglementations sur la protection des données (RGPD).

Piloter la réalisation d'actions d'optimisation continue de la conversion en collaboration avec les équipes de production, en prenant en compte l'analyse conversationnelle (réseaux sociaux, plateformes clients, impacts événementiels...) pour la mise en place de tests (A/B testing, multivariés) basés sur les contenus de la page d'atterrissage, en veillant à l'accessibilité des éléments graphiques et des formulaires (respect des normes WCAG et/ou RGAA), ainsi que des messages d'appel à l'action, afin d'augmenter le taux de conversion des visiteurs en prospects.

Définir la segmentation de l'écosystème des prospects et des clients dans la base de données à partir des données collectées (tels que les données démographiques, le comportement en ligne, l'engagement avec le contenu, les données d'achat), en respectant les cadres réglementaires dont la protection des données (RGPD) et les consentements requis sur le traitement de ces données afin de personnaliser la relation commerciale en fonction de la maturité du processus conversion prospect-client.

Élaborer un programme de marketing relationnel en s'appuyant sur la création de séquences de messages personnalisés (e-mail, SMS, notifications, etc.) en engageant la conversation entre la marque et ses publics, en garantissant également leur accessibilité (formats inclusifs pour les personnes en situation de handicap) et en respectant les réglementations en vigueur dont la RGPD afin d'optimiser la conversion des prospects en clients et d'augmenter la valeur client à long terme (customer lifetime value).

Piloter la réalisation d'actions d'optimisation de la performance des programmes de marketing relationnel et de communication en prenant en compte l'accessibilité et en analysant les taux de conversion et de rétention de chaque séquence et message, tout en garantissant une gestion responsable et éthique des données personnelles conformément au RGPD, afin d'améliorer le taux de conversion des prospects en clients et la customer lifetime value des clients existants (valeur vie client).

Blocs de compétences

RNCP40589BC01 — Élaborer une stratégie numérique pour une organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les processus métiers, les systèmes d'information, l'infrastructure technologique, le modèle économique, les méthodes de segmentation des cibles, les besoins clients et le degré d'inclusivité et d'accessibilité universelle de l'organisation en mobilisant des méthodes d'audit (matrice d'analyse stratégique, cartographie de processus, modèle d'analyse de chaîne de valeur...), afin d'identifier les forces, faiblesses et opportunités pour la transformation numérique.

Mettre en œuvre des outils de mesure de la maturité numérique (modèles de maturité numérique, indicateurs de performance, benchmarks sectoriels) pour évaluer l'alignement des pratiques numériques avec les objectifs stratégiques de l'organisation et détecter les écarts à réduire ou à éliminer.

Évaluer les pratiques actuelles de l'organisation en matière de responsabilité sociétale (RSE), d'inclusivité et d'accessibilité universelle, en analysant la manière dont elles sont intégrées dans les processus métiers et les systèmes numériques, afin de proposer des ajustements permettant à la transformation numérique de renforcer l'image de l'entreprise, la durabilité, l'accessibilité, l'inclusivité et l'écoresponsabilité de ses actions.

Organiser et actualiser un système de veilles dont une veille stratégique en identifiant des sources d'informations pertinentes et fiables (en ligne, hors ligne, événements, réseaux professionnels...), et en synthétisant les résultats dans un format structuré et directement exploitable et universellement accessible, afin de faciliter leur analyse et leur utilisation pour la prise de décision.

Analyser les données collectées en identifiant les évolutions clés (réglementations, normes, innovations technologiques, exigences sociales, sociétales et environnementales, protection des données, propriété intellectuelle, concurrence...) et en anticipant les prospectives, afin de fournir des informations précises et actualisées pour soutenir une prise de décision stratégique par la gouvernance.

Présenter à la gouvernance et aux autres parties prenantes les résultats de la veille et des scénarios prospectifs basés sur les évolutions identifiées, afin d'ajuster la vision stratégique, ainsi que les objectifs de l'organisation, et définir les axes stratégiques sur du court, moyen et long terme.

Formaliser le rapport de diagnostic stratégique, universellement accessible, en synthétisant les résultats du diagnostic interne (forces, faiblesses) et du diagnostic externe (opportunités, menaces), en prenant en compte les business model définis afin de proposer une vision globale intégrant les enjeux de transformation numérique.

Analyser les besoins en ressources humaines, technologiques et financières nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie de transformation numérique alignée avec la stratégie globale de l'organisation, en tenant compte des priorités stratégiques, de la démarche inclusive, des contraintes budgétaires, des compétences requises et des moyens mobilisés par l'organisation, afin de définir les opportunités et les objectifs de la transformation numérique.

Argumenter sur les objectifs et les opportunités de la stratégie de transformation numérique auprès de la gouvernance et des parties prenantes (Direction générale, DSI, Direction Marketing...) en présentant les résultats de l'analyse réalisée afin de garantir leur adhésion, favoriser une mise en œuvre cohérente et alignée de cette stratégie avec les attentes de l'organisation et initier la feuille de route stratégique de la transformation numérique.

Mobiliser les acteurs de l'organisation autour des objectifs et des opportunités de la feuille de route stratégique de transformation numérique en forte interaction avec la gouvernance (Direction Générale, DSE, Direction Marketing etc....) en présentant sous une forme universellement accessible, les résultats de l'analyse réalisée, afin de garantir l'adhésion de tous et favoriser une mise en œuvre cohérente et alignée avec les attentes de l'organisation et de son marché.

Établir et suivre un plan de communication efficace, universellement accessible, et différencié avec les parties prenantes (Direction, DRH, DSI, Direction Marketing, CSE...)?; afin de favoriser leurs approbations, atténuer les résistances au changement durant l'étape d'établissement de la feuille de route stratégique et anticiper les difficultés de mise en œuvre de la transformation durant l'exécution du plan d'action.

Définir des indicateurs de performance clés (KPI) de la feuille de route stratégique adaptés à chaque processus, pour suivre la performance et l'amélioration continue en fonction des écarts observés, des imprévus ou des changements d'objectifs, afin de garantir l'atteinte des résultats escomptés par l'ensemble des parties prenantes.

Établir le plan stratégique à court, moyen et long terme de la transformation numérique en collaboration avec toutes les parties prenantes (Direction, DRH, DSI, Direction Marketing CSE...), en s'appuyant sur les résultats de l'analyse des besoins de l'organisation, ainsi que sur les objectifs de transformation définis, et en définissant précisément les moyens nécessaires afin de garantir le pilotage d'une transformation numérique réaliste et à la vision partagée par tous les acteurs.

Analyser en collaboration avec les parties prenantes (Direction, DRH, DSI, Direction Marketing, CSE, Direction RSE...) les risques liés au déploiement du plan stratégique, en tenant compte des résultats du diagnostic stratégique de l'organisation, afin de proposer des mesures d'atténuation permettant d'optimiser la réussite de la transformation numérique.

Définir des indicateurs de performance clés (KPI) du plan stratégique en appliquant une méthode adaptée, pour l'ajuster en fonction des écarts observés, des imprévus, des évolutions réglementaires ou des changements d'objectifs, afin de garantir l'atteinte des résultats escomptés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le bloc de compétences n°1 est évalué par une mise en situation professionnelle (MSP) réelle ou reconstituée réalisée sous le format d'un projet de définition d'une stratégie de transformation numérique d'une organisation.

Un jury d'évaluation du bloc N°1 intervient obligatoirement à l'issue de l'ensemble des modalités d'évaluations constitutives de la MSP. Ce jury est habilité

à procéder à la vérification de l'acquisition du bloc de compétences par le candidat.

Le jury d'évaluation du bloc est composé de 3 personnes minimum habilitées par l'Efrei, dont au minimum 2 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

RNCP40589BC02 — Implémenter la mise en œuvre de la transformation numérique d'une organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les actions du plan de transformation numérique en rédigeant un cahier des charges détaillé et universellement accessible qui délimite le périmètre de chaque action, en évaluant les besoins en ressources humaines, financières, technologiques et logistiques, et en planifiant un calendrier précis des livrables pour l'ensemble des parties prenantes, afin d'assurer un suivi structuré et efficace du projet.

Élaborer un budget adéquat pour la mise en œuvre du plan d'actions de la transformation numérique en tenant compte des coûts prévisionnels associés à chaque activité, ainsi que des économies potentielles ou des revenus

supplémentaires générés par la transformation numérique, afin de garantir la viabilité financière du projet et d'optimiser les ressources allouées.

Établir les rôles et responsabilités des membres de l'équipe, en tenant compte des spécificités de chacun (culture, handicap, droit à la différence...) pour la mise en œuvre du plan d'actions numérique en utilisant la matrice RACI, et définir les outils de gouvernance (comité projet, comité de pilotage, comité stratégique), en rédigeant et diffusant des documents clairs, afin de structurer et clarifier l'organisation et le suivi du projet.

Auditer les ressources disponibles avec les services compétents, en utilisant des méthodes d'évaluation appropriées afin de déterminer celles qui peuvent être mobilisées pour répondre aux besoins de mise en œuvre du plan stratégique de la transformation numérique.

Sélectionner les prestataires et fournisseurs externes en fonction des critères du cahier des charges, en évaluant leurs propositions sur la base des coûts et ses pratiques responsables et écoresponsables, des délais et de la qualité, afin d'optimiser les ressources et garantir le niveau de performance attendu pour le projet.

Élaborer des outils, conçus selon les normes d'accessibilité universelle, pour garantir le suivi du déroulement du plan d'actions en s'appuyant sur les indicateurs de performances (KPI), afin de mesurer l'efficacité et l'impact de la mise en œuvre du plan et s'assurer que ses objectifs soient SMART et pertinents.

Mettre en œuvre des modalités de suivi des actions et des processus de reporting en organisant des réunions régulières, avec les parties prenantes, de partage et de suivi des indicateurs de performance ainsi que les écarts identifiés, afin de garantir une communication continue sur l'avancement du plan d'actions numérique et le maintien de la motivation des équipes.

Superviser l'exécution du plan d'actions numérique en identifiant en amont les risques potentiels à l'aide d'une matrice des risques, et en ajustant les ressources en cours d'exécution tout en gérant les imprévus, afin de respecter le planning, le budget et le niveau de qualité fixés

Garantir une gestion documentaire efficiente et universellement accessible des processus et des résultats obtenus en standardisant les process et procédures opérationnelles afin de faciliter les analyses futures, de partager les bonnes pratiques, et d'optimiser les projets ultérieurs.

Superviser la collaboration entre les prestataires, les fournisseurs externes et les équipes internes en formalisant les conditions de travail, les engagements contractuels et la planification de ces derniers, afin de piloter les relations externes de manière optimale et garantir la bonne exécution des prestations.

Superviser la collecte des données de performance en utilisant des outils analytiques adaptés, afin d'obtenir des données pertinentes et fiables pour l'analyse de la stratégie de transformation numérique.

Analyser les données de performance recueillies en identifiant les points forts et les points faibles de la stratégie de transformation numérique, afin de repérer les écarts par rapport aux objectifs stratégiques et de détecter les opportunités d'amélioration.

Formuler à la gouvernance et aux autres parties prenantes des recommandations qualitatives en proposant des actions correctives basées sur l'analyse des données, ou des actions d'amélioration continue afin d'augmenter la performance globale de la stratégie numérique et garantir le suivi des KPI.

Mettre en œuvre les recommandations d'amélioration avec les parties prenantes en respectant un planning et un budget définis, et en suivant les impacts des actions correctives, afin de mettre à jour et d'optimiser la stratégie numérique.

Communiquer les résultats et les améliorations à mettre en place aux parties prenantes en produisant les documents universellement accessibles et adaptés, et en utilisant les canaux de communication appropriés, afin de les impliquer efficacement dans le processus d'amélioration.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le bloc de compétences n°2 est évalué par une mise en situation professionnelle (MSP) réelle ou reconstituée réalisée sur le format d'un plan d'actions de déploiement de la stratégie de transformation numérique de l'organisation.

Un jury d'évaluation du bloc N°2 intervient obligatoirement à l'issue de l'ensemble des modalités d'évaluations constitutives de la MSP. Ce jury est habilité

à procéder à la vérification de l'acquisition du bloc de compétences par le candidat.

Le jury d'évaluation du bloc est composé de 3 personnes minimum habilitées par l'Efrei, dont au minimum 2 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

RNCP40589BC03 — Manager des équipes pluridisciplinaires? dans un contexte inter et multiculturel

LISTE DE COMPÉTENCES

Superviser la rédaction d'une ou plusieurs fiches de postes en collaboration avec le service RH, à partir d'un diagnostic établi des ressources en compétences existantes et manquantes en interne, et de prestataires extérieurs à solliciter, en veillant à garantir la diversité et l'inclusivité (inter ou multi-culturelle, personnes en situation de handicap...) afin de garantir l'adéquation des besoins en compétences avec les objectifs du plan stratégique en matière de gestion prévisionnelle des ressources humaines mobilisables

Contribuer au recrutement des membres de l'équipe projet ou de son service en intégrant les enjeux RSE de l'organisation en mettant en oeuvre le processus adéquat (sélection, entretiens) et en favorisant une approche inclusive et valorisant également la diversité (langage neutre, suppression des stéréotypes et des biais, et mise en place d'une atmosphère bienveillante) afin de favoriser la cohésion future de l'équipe, améliorer l'engagement des collaborateurs et inscrire durablement la culture de l'organisation en matière de RSE

Participer à la conception d'un plan d'intégration du nouveau collaborateur au sein de l'équipe et de l'organisation en collaborant avec le service RH afin de favoriser à court terme l'accélération de la prise de poste dans les meilleures conditions et la rétention des talents à moyen terme.

Définir les activités, missions, tâches, rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe à partir du choix d'une méthodologie de gestion de projet adaptée en décomposant les objectifs à atteindre de chaque plan d'actions à mener et en tenant compte des compétences, de l'expérience, des caractéristiques différenciantes et des disponibilités de chacun afin de pouvoir exécuter le plan d'actions de manière optimale.

Mettre en œuvre une organisation du travail collaborative et efficiente en tenant compte des contraintes de l'organisation et des individus, notamment dans des contextes interculturels et de travail à distance afin d'optimiser la qualité de vie au travail en favorisant l'inclusivité, le bien-être et l'engagement.

Déployer des méthodes managériales innovantes basées sur l'éthique, la déontologie, le respect, la bienveillance, la reconnaissance, l'écoute, la culture de l'inclusion et le respect des diversités au sein d'une équipe pluridisciplinaire et multiculturelle en mettant en place des sets d'outils et de pratiques encourageant le travail d'équipe (réunions régulières, brainstorming, team building) et en favorisant la collaboration ainsi que la cohésion d'équipe, dans le contexte de la transformation numérique et de la prise en compte de l'inclusivité afin de promouvoir l'intelligence collective et prévenir les risques psychosociaux.

Établir des objectifs (SMART) de performance collective et individuelle au sein de l'organisation de travail par l'emploi de méthodes appropriées et en réalisant les entretiens annuels obligatoires pour chaque collaborateur et en l'évaluant afin de s'assurer de l'adhésion du collectif et de son engagement au quotidien.

Assurer le suivi de la réalisation des objectifs individuels du collaborateur en établissant des points réguliers et en se concertant avec lui sur des moyens adaptés à l'atteinte des objectifs proposés afin de suivre efficacement son niveau de performance, renforcer son engagement et sa motivation ainsi que contribuer au développement de ses compétences.

Gérer et anticiper les conflits en pratiquant la méthode de communication la plus adaptée, garantissant une écoute active et en recherchant des solutions agiles afin d'améliorer la dynamique de groupe et préserver le climat social de l'organisation.

Gérer le parcours professionnel du collaborateur dans l'organisation en facilitant l'écoute de ses besoins et en maîtrisant les aspects légaux et conventionnels dans le cadre de la relation employeur/salariés (embauche, salaires, primes, congés, absences, formation, licenciement...) afin d'allier le bien-être du collaborateur, la qualité de vie au travail (QVT) et le fonctionnement efficient de l'organisation.

Piloter le projet ou le service, en collaboration avec la DRH, sous l'angle de la gestion des compétences et des métiers en élaborant et en conduisant un plan de développement des compétences ainsi qu'un plan de formation personnalisés prenant en compte l'inclusivité afin d'anticiper et de suivre les évolutions stratégiques de l'organisation dans son environnement.

Identifier l'impact de l'intelligence artificielle sur les activités de l'équipe et le recrutement en analysant les tâches de travail en vigueur, et en évaluant les compétences de l'équipe, en identifiant les opportunités et en évaluant les risques afin d'anticiper l'évolution des postes.?

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le bloc de compétences n°3 est évalué par une mise en situation professionnelle (MSP) réelle ou reconstituée réalisée sur le format d'un plan d'actions de management d'équipe(s).

Un jury d'évaluation du bloc N°3 intervient obligatoirement à l'issue de l'ensemble des modalités d'évaluations constitutives de la MSP. Ce jury est habilité

à procéder à la vérification de l'acquisition du bloc de compétences par le candidat.

Le jury d'évaluation du bloc est composé de 3 personnes minimum habilitées par l'Efrei, dont au minimum 2 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

RNCP40589BC04 — Piloter l'innovation produit, de sa conception à sa mise sur le marché (optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer la vision du produit en menant des phases de Product Discovery (Découverte Produit), en analysant les tendances du marché, les technologies émergentes, évolutions réglementaires et les besoins des utilisateurs dont les besoins spécifiques des personnes en situation de handicap, afin de définir une proposition de valeur différenciée auprès de sa gouvernance.

Communiquer la vision du produit auprès des parties prenantes internes et externes en utilisant des outils adaptés (exemple Product Canvas ou la Story Mapping, ...), afin de garantir l'alignement stratégique et l'engagement de tous.

Identifier et spécifier les opportunités «?produit?» en initiant des «?User Stories?» (spécifications du point de vue de l'utilisateur) à partir d'idées innovantes afin de préparer la construction d'un Backlog sécurisé et conçu en respectant les règles de l'accessibilité universelle.

Définir la Product Roadmap en priorisant les fonctionnalités dans le Backlog avec les équipes de développement, et en établissant un planning réaliste s'appuyant sur les méthodologies Agiles (par exemple) pour guider le processus de développement.

Gérer le développement du produit en orchestrant les phases de Delivery (développement technique), en tenant compte de l'accessibilité universelle, en coordonnant les équipes pluridisciplinaires multiculturelles (design, technique, marketing), et en assurant le respect des Sprints (cycle d'itération de la méthode Agile) pour garantir les délais et les objectifs de qualité.

Itérer les processus autour de la Roadmap, du Backlog et du plan de développement en intégrant les retours des utilisateurs et en analysant les métriques produit (par exemple indicateurs d'usage), afin de maintenir la pertinence du produit face aux évolutions du marché.

Coordonner le lancement du produit coconstruit avec les équipes marketing et commerciales en adaptant les discours marketings et commerciaux sur le produit afin de maximiser sa mise sur le marché et sa conformité aux dispositifs réglementaires et légaux en vigueur ainsi qu'à la conception universelle.

Suivre et analyser les performances du produit post-lancement et en continu, en récoltant des données d'utilisations, ainsi qu'en utilisant des KPI spécifiques tels que le NPS (Net Promoter Score), le taux de rétention etc..., et en réalisant des analyses de cohortes d'utilisateurs, afin d'évaluer le succès et identifier les axes d'amélioration.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le bloc de compétences n°4 est évalué par une mise en situation professionnelle (MSP) réelle ou reconstituée réalisée sur le format d'un projet complet de développement produit, de l'idéation à l'analyse de performance post-lancement.

Un jury d'évaluation du bloc N°4 intervient obligatoirement à l'issue de l'ensemble des modalités d'évaluations constitutives de la MSP. Ce jury est habilité

à procéder à la vérification de l'acquisition du bloc de compétences par le candidat.

Le jury d'évaluation du bloc est composé de 3 personnes minimum habilitées par l'Efrei, dont au minimum 2 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

RNCP40589BC05 — Piloter la création de valeur grâce à l'intelligence artificielle et aux données (optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de collecte de données internes et externes en sélectionnant les outils et méthodes appropriés tout en assurant la conformité aux réglementations dont celles qui régissent la protection des données (RGPD), afin d'obtenir des données pertinentes et exploitables pour les objectifs d'analyse.

Piloter la transformation des données brutes à travers la mise en œuvre des techniques avancées de préparation des données en assurant la détection, la correction des anomalies et la validation de la qualité, pour obtenir un ensemble de données exploitables et optimales en vue de l'analyse et de la modélisation.

Superviser la conception et l'exécution des requêtes complexes et optimisées en utilisant des langages de requête adaptés pour extraire et structurer les données pertinentes, dans des bases de données relationnelles ou non relationnelles, en vue d'analyses avancées.

Sélectionner et évaluer des algorithmes d'apprentissage automatique avancés (classification, régression, clustering, etc.), en intégrant des approches d'ajustement pour affiner les modèles de manière itérative afin de les rendre plus

performants.

Interpréter les résultats issus des analyses des données en développant des visualisations narratives et universellement accessibles et en présentant à la gouvernance des insights actionnables, afin d'aider à la prise de décision stratégique et optimiser les processus de l'organisation.

Évaluer les modèles d'apprentissage automatique les plus pertinents en fonction des objectifs stratégiques, des caractéristiques des données disponibles et des contraintes opérationnelles et budgétaires, afin de maîtriser les enjeux stratégiques.

Intégrer des modèles d'intelligence artificielle dans les processus existants en supervisant la création de pipelines de données et en développant des interfaces utilisateurs intuitives et inclusives ainsi que l'automatisation des tâches récurrentes afin de faciliter la prise de décision par les équipes.

Mettre en place des systèmes de suivi et d'évaluation continue des performances des modèles d'intelligence artificielle, en sélectionnant des indicateurs de performance, sécurité et fiabilité clés (KPIs) appropriés, afin de permettre aux parties prenantes d'identifier les points d'amélioration et de garantir la performance et la fiabilité des modèles dans le temps.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le bloc de compétences n°5 est évalué par une mise en situation professionnelle (MSP) réelle ou reconstituée réalisée sur le format d'un projet global d'accompagnement à la transformation numérique par le traitement et l'analyse des données avec le recours à l'IA.

Un jury d'évaluation du bloc N°5 intervient obligatoirement à l'issue de l'ensemble des modalités d'évaluations constitutives de la MSP. Ce jury est habilité

à procéder à la vérification de l'acquisition du bloc de compétences par le candidat.

Le jury d'évaluation du bloc est composé de 3 personnes minimum habilitées par l'Efrei, dont au minimum 2 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

RNCP40589BC06 — Piloter le plan marketing digital, de l'acquisition des clients à leur fidélisation (optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une stratégie de contenus, à partir de la segmentation des cibles de l'écosystème, en analysant des données issues de diverses études de marché et d'analyses des comportements clients et de leurs interactions, tout en tenant compte de l'analyse conversationnelle ainsi que de leur diversité (personnes en situation de handicap, populations mal desservies) afin d'anticiper et de répondre aux besoins spécifiques des persona cibles tout au long de leur parcours client.

Piloter la conception et la production de contenus originaux et adaptés (articles, podcasts, vidéos, infographies...), par la mise en œuvre d'un plan d'actions associé tenant compte de l'écosystème et des persona cibles en collaboration avec les équipes créatives et techniques, afin de répondre de manière innovante aux attentes des persona cibles, tout en garantissant l'inclusivité et l'accessibilité universelle (sous-titres, audiodescription, etc.), des réglementations applicables,

des formats et leur diffusion optimale sur des plateformes variées et adaptées aux objectifs de l'organisation.

Élaborer une stratégie d'optimisation du référencement naturel (SEO) dans les résultats des moteurs de recherche par l'intégration des réseaux sociaux et agents conversationnels, en supervisant l'application des meilleures pratiques techniques (respect des normes d'accessibilité WCAG et/ou RGAA notamment), sémantiques et de création de liens par les équipes de production, afin de développer le trafic naturel et garantir l'autorité du site Web de l'organisation.

Élaborer une stratégie d'amplification de la visibilité des contenus de l'organisation sur les réseaux sociaux (SMO) ainsi que la valorisation de l'évènement en tant que levier de créations de contenus, en coordonnant les équipes créatives et techniques en charge de la réalisation des créations et de leur publication, tout en veillant au respect des normes en vigueur dont celles liées à l'inclusivité et à l'accessibilité universelle, afin de renforcer la notoriété de l'organisation et le trafic vers son site Web.

Élaborer une campagne de publicité payante en ligne (search, display, vidéo), en réalisant un plan média et de communication incluant notamment le recours aux influenceurs, et cadrant notamment les aspects créatifs, techniques, éthiques, sécuritaires et budgétaires dans le respect des normes, réglementations en vigueur et des bonnes pratiques incluant l'inclusivité et l'accessibilité universelle, afin de maximiser la visibilité des contenus et de générer un trafic qualifié, en synergie avec les stratégies organiques (SEO et SMO).

Élaborer une stratégie de qualification des visiteurs avec la conception et la réalisation de tunnels de conversion composés de pages d'atterrissage performantes et accessibles (respect des normes et réglementations applicables, dont celle de l'accessibilité WCAG et/ou RGAA), afin de recueillir toutes les données nécessaires sur les visiteurs, y

compris ceux en situation de handicap, pour qualifier et répondre à leurs besoins, dans le strict respect des réglementations sur la protection des données (RGPD).

Piloter la réalisation d'actions d'optimisation continue de la conversion en collaboration avec les équipes de production, en prenant en compte l'analyse conversationnelle (réseaux sociaux, plateformes clients, impacts événementiels...) pour la mise en place de tests (A/B testing, multivariés) basés sur les contenus de la page d'atterrissage, en veillant à l'accessibilité des éléments graphiques et des formulaires (respect des normes WCAG et/ou RGAA), ainsi que des messages d'appel à l'action, afin d'augmenter le taux de conversion des visiteurs en prospects.

Définir la segmentation de l'écosystème des prospects et des clients dans la base de données à partir des données collectées (tels que les données démographiques, le comportement en ligne, l'engagement avec le contenu, les données d'achat), en respectant les cadres réglementaires dont la protection des données (RGPD) et les consentements requis sur le traitement de ces données afin de personnaliser la relation commerciale en fonction de la maturité du processus conversion prospect-client.

Élaborer un programme de marketing relationnel en s'appuyant sur la création de séquences de messages personnalisés (e-mail, SMS, notifications, etc.) en engageant la conversation entre la marque et ses publics, en garantissant également leur accessibilité (formats inclusifs pour les personnes en situation de handicap) et en respectant les réglementations en vigueur dont la RGPD afin d'optimiser la conversion des prospects en clients et d'augmenter la valeur client à long terme (customer lifetime value).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le bloc de compétences n°6 est évalué par une mise en situation professionnelle (MSP) réelle ou reconstituée réalisée sur le format d'un plan d'actions marketing digital, de l'acquisition des clients à leur fidélisation.

Un jury d'évaluation du bloc N°6 intervient obligatoirement à l'issue de l'ensemble des modalités d'évaluations constitutives de la MSP. Ce jury est habilité

à procéder à la vérification de l'acquisition du bloc de compétences par le candidat.

Le jury d'évaluation du bloc est composé de 3 personnes minimum habilitées par l'Efrei, dont au minimum 2 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager-expert en transformation numérique peut intégrer tous types de structures privées ou publiques (entreprise, organisation, administration) de tous secteurs confondus (industrie, énergie, acteurs du e-commerce, constructeurs informatiques, télécommunications, administration, banques, assurances, services, éducation, transport, santé, etc.).

Les activités et compétences professionnelles exercées peuvent varier en fonction de la taille de la structure et du type d'activité adapté au mode d'organisation (groupe, entreprise individuelle, TPE, PME, et le type de secteur d'activité (Commerce et E-Commerce, Banques, Assurances, Construction, Immobilier, Transports, etc.) ou d'institutions publiques (Administrations publiques, Ministères, etc.).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le projet de certification «Manager expert en transformation numérique?» a pour finalité l'exercice des métiers visés suivants :

Expert/Consultant en transformation numérique

Product owner ;

Product manager ;

Responsable du développement produits web ou e-commerce.

Chef de projet

Consultant Data et IA ;

Manager Data ;

Data analyst ;

Marketing Data Analyst/Management Data analyst

Responsable Acquisition Trafic ;

Responsable marketing digital ;

Expert/consultant transformation marketing digital;

Directeur stratégie et Développement numérique ;

Chief Digital Officer.

La justification du niveau 7 inclut le niveau de rémunération ainsi que le statut cadre des métiers suivants : Responsable du développement produits, Responsable marketing digital, Responsable Acquisition Trafic, chef de projet et le chief digital officer.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le numérique, de manière générale, connaît une recrudescence au niveau réglementaire et légal à la fois sur le plan national, européen et international. Un manager expert en transformation numérique évolue dans un contexte nécessitant la maîtrise et à minima la prise en compte d'une part :

1- Du contexte juridique et réglementaire suivant :

- RGPD
- Propriété intellectuelle : Code de la propriété intellectuelle
, en particulier sur le droit d'auteur, la protection des logiciels et bases de données (Livres I et III) et les brevets (livre 6)

• Cybersécurité :

- Directive dite « NIS 2 »

n°2022/2555 et sa transposition en droit français (actuellement en cours de discussion

)

- Article 2321-4-1 du code de la défense

et le décret n°2024-421

- Règlement sur la cyberrésilience

n°2022/0272 (A.2.2)

- Règlement « identité numérique » dit « eIDAS 2 »

n°2024/1183 (A.2.2)

- le cadre réglementaire actuel

de la sécurité numérique ANSSI et le suivi de son évolution ? : S'informer sur la réglementation | ANSSI

En maîtrisant? :

- La sécurité des systèmes d'information ;

- La confiance numérique ;

Et

- La notification des incidents et vulnérabilités.

Loi numérique : vers une meilleure protection des citoyens et des entreprises en ligne | Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie et Ministère chargé du Budget et des Comptes publics

– Loi « Sécuriser et réguler l'espace numérique » dite « SREN »

LOI n° 2021-1485 du 15 novembre 2021 visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France (1) - Légifrance

LOI n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique - Dossiers législatifs - Légifrance

DMA : le règlement sur les marchés numériques ou Digital Markets Act | vie-publique.fr

Politique publique numérique responsable : quels dispositifs ? - Numérique écoresponsable

La loi Informatique et Libertés | CNIL

LOI n° 2023-566 du 7 juillet 2023 visant à instaurer une majorité numérique et à lutter contre la haine en ligne (1) - Légifrance

RGAA Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité - RGAA

Règlement Général sur la Protection des Données n°2016/679 (RGPD)

Concernant les blocs optionnels :

IA :

- Règlement Européen sur l'Intelligence Artificielle

(RIA)

- (Proposition de) Directive « produits défectueux » n°2022/0302

(COD) et sa future transposition

- (Proposition de) Directive sur la responsabilité en matière d'IA

n°2022/0303 (COD) et sa future transposition

Data :

- Directive « Open Data »

n°2019/102

- Règlement sur la gouvernance des données (DGA)

n°2022/868

- Règlement sur les données

n°2023/2854

- Règlement sur les données non-personnelles

n°2018/1807

Marketing et digital :

Données personnelles / vie privée / marketing (prospection) :

- Article 9 du code civil

(protection de l'intimité de la vie privée)

- Article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'Homme

(protection de l'intimité de la vie privée)

- Articles 226-1 et suivants du code pénal

(protection de la vie privée)

- Articles 226-16 et suivants du code pénal

(atteintes aux droits des personnes résultant des traitements informatiques)

- Directive dite « ePrivacy » n°2002/58

et la proposition de Règlement Européen « ePrivacy

»

- Code des Postes et des Communications Electroniques (art. L.34-5

)

Plateformes / services en ligne :

Règlement sur les services numériques (DSA)

n°2022/2065

Par ailleurs, en prenant en considération le statut de manager et posture au sein des organisations, le champ d'intervention de l'expert/manager en transformation numérique nécessite :

La prise en compte de la Mise en œuvre des traitements courants de « gestion du personnel » :

- Article 9 du code civil (protection de l'intimité de la vie privée)

- Article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'Homme

(protection de l'intimité de la vie privée)

- Article L1121-1 du code du travail (droits et libertés dans l'entreprise)

- Article L1222-3 et L. 1222-4 du code du travail (information et contrôle des salariés)

- Article R. 2312-14 du Code du travail, (base de données économiques, sociales et environnementales - BDESE)

- Article L2323-32 du code du travail (information/consultation du CSE)

- Articles 226-1 et suivants du code pénal (protection de la vie privée)

- Articles 226-16 et suivants du code pénal (atteintes aux droits des personnes résultant des traitements informatiques)

- La loi Informatique et Libertés

- Le règlement général sur la protection des données

2-Du contexte normatif :

Cet expert évolue dans un contexte où les systèmes Qualité sont régis par des normes ISO et guides de bonnes pratiques, la réalisation de ces diagnostics avant la formalisation d'actions amélioration continue nécessite la prise en compte à minima des normes appliquées à la structure dans laquelle il intervient :

- ISO - La famille ISO 9000 — Management de la qualité

dont Norme ISO 9001/2015 portant amendement de février 2024 ;

- La norme ISO 9001:2015 en lien avec les exigences relatives au système de management de la qualité?;

- L'amendement ISO A1 :2024, publié le 23 février 2024, en réponse directe à l'urgence climatique clarifiant les attentes en matière de gestion des enjeux climatiques pour des normes spécifiques ;

ISO - La famille ISO 14000 — Management environnemental

?;

- Norme ISO 14040 et 10044 :2006 en lien avec le management environnemental — Analyse du cycle de vie — Principes et cadre ;

- La norme ISO 14062 :2002 : En lien avec l'intégration des aspects environnementaux dans la conception et le développement de produit (le terme « produit » englobant à la fois les biens matériels et les services) ;

- ISO - La famille ISO/IEC 27000 — Management de la sécurité de l'information

- ?;
- La norme ISO 27001 :2022 en lien avec la Sécurité de l'information, cybersécurité et protection de la vie privée — Systèmes de management de la sécurité de l'information ;
 - La norme ISO 27701 en lien avec la gouvernance et les mesures de sécurité à mettre en place pour les données personnelles ;
 - ISO 20121:2024 - Systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle — Exigences et recommandations de mise en oeuvre

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 836 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique · tension 4/5 (Élevée) M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom · tension 5/5 (Très élevée) M2X93 — Experts et consultants en systèmes d'information · tension 5/5 (Très élevée) 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)	51 548
Jugés difficiles à recruter	43 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom M2X93 — Experts et consultants en systèmes d'information U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les pré-requis à l'entrée en formation sont les suivants :

Formation initiale et continue : Au minimum, être titulaire d'un diplôme ou d'un titre de niveau 6 généraliste ou professionnel, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...) dans les métiers du numérique, du management ou du pilotage de projets ;

À titre dérogatoire, le candidat qui justifie d'un titre de niveau 5 et d'une expérience professionnelle significative dans le numérique peut être reçu pour un entretien de sélection accompagné d'un examen d'aptitude par une commission spécifique.

Par la voie de la VAE : de préférence avoir exercé une expérience professionnelle, continue ou discontinuée, en lien avec les activités

Durée :

La durée en alternance peut être d'un, deux ou trois ans;

La durée en formation initiale hors alternance est d'un, deux ou trois ans.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Sans objet.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury de certification est composé de 5 personnes, dont au minimum 3 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

Soit 5 personnes minimum dont :

3 membres externes à l'Efrei incluant le Président de Jury :

- Salarié(e)s et/ou indépendant(e)s exerçant les métiers visés au minimum depuis 2 ans et n'ayant pas quitté le champ professionnel d'exercice des métiers visés depuis plus de 5 ans
 - À minima titulaire d'un diplôme ou d'un titre/certification à finalité professionnelle de même niveau que la certification visée,
 - À titre dérogatoire : la capitalisation d'une expérience professionnelle justifiée d'au moins 5 années dans les secteurs d'activités et les métiers visés de la certification, peut donner lieu à habilitation de membre de jury
- 2 membres internes à l'Efrei : à minima titulaires d'un diplôme ou d'un titre/certification à finalité professionnelle de même niveau que la certification visée, et ce, quel que soit la voie d'acquisition du diplôme ou du titre. Le cas échéant, leur expérience dans les secteurs d'activités de la certification est justifiée.

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

Le jury de certification est composé de 5 personnes, dont au minimum 3 sont obligatoirement extérieurs au certificateur.

Soit 5 personnes minimum dont :

3 membres externes à l'Efrei incluant le Président de Jury :

- Salarié(e)s et/ou indépendant(e)s exerçant les métiers visés au minimum depuis 2 ans et n'ayant pas quitté le champ professionnel d'exercice des métiers visés depuis plus de 5 ans
 - À minima titulaire d'un diplôme ou d'un titre/certification à finalité professionnelle de même niveau que la certification visée,
 - À titre dérogatoire : la capitalisation d'une expérience professionnelle justifiée d'au moins 5 années dans les secteurs d'activités et les métiers visés de la certification, peut donner lieu à habilitation de membre de jury
- 2 membres internes à l'Efrei : à minima titulaires d'un diplôme ou d'un titre/certification à finalité professionnelle de même niveau que la certification visée, et ce, quel que soit la voie d'acquisition du diplôme ou du titre. Le cas échéant, leur expérience dans les secteurs d'activités de la certification est justifiée.

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	8 900 €
Selon la branche	6 500 € – 9 000 €
Prise en charge	Branches concernées
8 900 €	Valeur par défaut · 194 branches
9 000 €	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, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP ICGV entreprises de la viande
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement

8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 100 €	CPNE Banque
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 400 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 300 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	30/04/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/04/2030
Date de dernière délivrance possible	30/04/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	132	0	70 %	—
2022	119	0	84 %	84 %
2021	97	0	79 %	86 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34636

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36864, RNCP38584, RNCP39761

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Mastère marketing digital et management - Efrei

Mastère Management et Transformation Digitale - Formation Efrei

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40589/>

Où se former

Formations référencées	12
Organismes	2
Régions couvertes	1
Prix indicatif	2 000 € – 15 000 €

Durée	30 – 525 h
-------	------------

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

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	35
----------------------	----

Parcours menés à terme	14
------------------------	----

Taux d'achèvement	40 %
-------------------	------

Période	09/2025 – 09/2026
---------	-------------------

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	41
----------------------	----

Montant total engagé	146 964 €
----------------------	-----------

Coût moyen par dossier	3 584 €
------------------------	---------

Durée moyenne	203 h
---------------	-------

Période	09/2025 – 09/2026
---------	-------------------

France compétences	83 %
--------------------	------

France Travail	10 %
----------------	------

Entreprise	3 %
------------	-----

Reste à charge titulaire	2 %
--------------------------	-----

OPCO	2 %
------	-----

Compte d'engagement citoyen	0 %
-----------------------------	-----

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