

Product manager

RNCP41141 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 326
Formacode(s)	34030, 46339, 31094
Code(s) ROME	M1703
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/07/2025
Date d'échéance	18/07/2028

Certificateur(s)

OPENCLASSROOMS · SIRET : 49386136300080

OPENCLASSROOMS · SIRET : 49386136300098

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
OPENCLASSROOMS	49386136300098	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le métier de product manager connaît une reconnaissance croissante et s'impose comme une fonction clé au sein des organisations. Face aux enjeux de rentabilité, aux avancées technologiques (données, IA, low-code, no-code...) et aux impératifs de responsabilité numérique, les entreprises attendent des profils capables d'articuler vision stratégique, rigueur analytique, priorisation et pilotage opérationnel.

La certification Product manager répond à ces attentes en structurant les compétences autour des cinq grandes activités du métier : exploration des besoins (discovery), définition de la stratégie (strategy), pilotage du développement (delivery), gestion du lancement et des itérations (launch and learn), et amélioration continue (product ops). Elle forme des professionnels aptes à assumer pleinement la responsabilité produit, dans des contextes variés, en intégrant les standards contemporains du métier : impact business, culture produit et data-driven, IA, accessibilité et démarche durable. Elle vise à professionnaliser des profils capables de concevoir, faire évoluer et piloter des produits ou services numériques utiles, performants et différenciants, alignés à la fois sur les besoins des utilisateurs et sur la stratégie des organisations.

ACTIVITÉS VISÉES

Exploration continue des besoins utilisateurs et du marché : expression des besoins initiaux, exploration / priorisation des besoins utilisateurs / marché, expérimentation (désirabilité - faisabilité - viabilité), présentation des apprentissages / solutions.

Définition et évolution d'une stratégie produit : élaboration, planification, présentation et validation de la stratégie produit, établissement de la roadmap.

Pilotage du développement et mise en production produit : gestion et priorisation du backlog produit, organisation de la recette fonctionnelle, lancement de la mise en production.

Orchestration du lancement et gestion des itérations : préparation du lancement, monitoring / reporting de la performance produit (en temps réel / en continu), gestion de la vie du produit.

Amélioration continue du cycle produit : veille stratégique, gestion du cycle des retours, gestion de la documentation, standardisation et optimisation du processus produit, appui / conseil aux équipes.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Recueillir et analyser les besoins en termes de stratégie produit, à l'aide des méthodes et des outils (de recueil / d'analyse des besoins) adaptés suite à une problématique donnée (ex : problème utilisateur), à une opportunité identifiée (ex : nouvelle technologie), à un changement donné (ex : événements internes / externes) à une initiative stratégique (ex : recherche de nouveaux concepts innovants) et/ou dans le cadre du lancement ou de l'évolution d'un produit ou d'un service numérique afin d'en identifier les objectifs, le périmètre et le contexte (ex : problématiques, parties prenantes, ressources à disposition, éventuelles contraintes). Les formaliser au sein d'un document de cadrage adapté (ex : cahier des charges, brief) en vue de leur partage aux parties prenantes.

Orchestrer (organiser / planifier / coordonner) et/ou exécuter la collecte de données relatives au marché, aux utilisateurs et au produit (si existant), à l'aide des outils et des méthodes adéquats (tels que l'analyse des données produit, l'étude de marché et la recherche utilisateur), afin d'approfondir la compréhension du marché et des utilisateurs.

Consolider puis analyser les données de la découverte, à l'aide des méthodes et des outils adaptés (ex : création de matrices de synthèse, utilisation de frameworks d'analyse), afin de récapituler l'ensemble des apprentissages et en déduire les insights clés actionnables (les hypothèses, les opportunités, les problèmes et les actions proposées).

Évaluer (selon des critères de priorisation préalablement définis en collaboration avec les parties prenantes) les opportunités (d'amélioration, d'innovation) / problématiques à résoudre, en prenant en compte le contexte spécifique du produit, l'organisation et la stratégie, à l'aide des méthodes et outils (de priorisation) adaptés (ex : RICE, MoSCoW, Value vs Effort), puis en estimer l'impact / la valeur afin de classer, hiérarchiser et ordonner les besoins. Émettre des recommandations / des pistes d'exploration sur les orientations futures du produit, basées sur les apprentissages, pour la définition de solutions.

Identifier des solutions innovantes (des fonctionnalités, des produits, des services, ou des améliorations) alignées avec la stratégie globale du produit et les objectifs business, à l'aide de méthodes et d'outils adaptés (ex : méthodes d'idéation, méthodes d'analyse et d'insights, méthodes hybrides et structurées), puis les évaluer selon des critères de priorisation afin de déterminer les hypothèses initiales à explorer et valider itérativement.

Élaborer, en fonction des contraintes de temps et des ressources, coordonner et/ou mener, en collaboration avec les parties prenantes, des expériences afin de tester la désirabilité, la viabilité technique et commerciale des différentes solutions. Documenter les hypothèses testées, les méthodes utilisées et les résultats obtenus pour chaque expérience.

Évaluer la faisabilité technique, l'expérience utilisateur ou le modèle économique, à l'aide des critères préalablement définis, le cas échéant, ajuster et tester à nouveau, puis valider la solution auprès des parties prenantes, afin de proposer un produit ou un service numérique intuitif, engageant, accessible et en cohérence avec les besoins marché / utilisateurs et les objectifs business.

Communiquer, à l'oral et à l'écrit, auprès des différentes parties prenantes, les apprentissages et les solutions issues de la découverte, à l'aide de supports aux formats adaptés et accessibles, afin de susciter l'adhésion aux orientations à prendre et de définir collectivement les prochaines étapes.

Définir et construire une stratégie produit complète, en précisant la vision, les objectifs stratégiques, le public cible et la proposition de valeur, et en élaborant les éléments clés tels que le positionnement, la différenciation et les bases du go-to-market, tout en définissant les indicateurs de succès pertinents pour mesurer l'atteinte des objectifs. La formaliser selon les cadres ou modèles de référence.

Établir une vue d'ensemble du produit ou du service numérique, de ses objectifs et de ses fonctionnalités principales, et les formaliser au travers d'un document de référence dans un objectif d'alignement stratégique.

Établir, formaliser et maintenir une roadmap produit dynamique / partageable / collaborative, à l'aide des outils de gestion adaptés, afin de fournir une vision claire de l'évolution future du produit : Définir les thèmes (domaines clés du produit) et les initiatives (fonctionnalités globales ou travaux à réaliser) associés en cohérence avec les objectifs stratégiques afin de regrouper les efforts et de visualiser les priorités. Sélectionner / prioriser et ordonnancer les fonctionnalités et les livraisons, à l'aide de méthodes / techniques adaptées (ex : matrice effort/valeur, RICE, modèle Kano, méthode de scoring) selon leur valeur (pour les utilisateurs), leur impact sur les objectifs du produit et leur faisabilité technique. Établir une chronologie visuelle des thèmes / initiatives et livraisons prévues.

Communiquer, aux différentes parties prenantes, la stratégie produit, au cours de son élaboration (livrables

intermédiaires) ou en final, à l'aide de supports aux formats adaptés et accessibles, dans un objectif de partage / ajustement / validation.

Organiser et animer des échanges (ex : réunions, entretiens) auprès des différentes équipes chargées du développement du produit afin de présenter / d'expliquer la vision produit, les objectifs et les différentes exigences fonctionnelles / d'avoir une compréhension commune / partagée des exigences / objectifs et de lever tous points de blocage ou difficultés. Le cas échéant, ajuster les spécifications et communiquer les évolutions.

Définir les exigences détaillées du produit ou du service numérique et les formaliser au sein d'une documentation adaptée afin de guider les équipes en charge du développement produit dans la création ou l'amélioration du produit ou du service numérique.

(Ré)Évaluer la priorisation des fonctionnalités, des améliorations et des corrections à effectuer selon les retours utilisateurs, les évolutions du marché, les découvertes ou bien les contraintes rencontrées, et définir / ajuster lors de séances dédiées (ex : backlog refinement ou grooming) le product backlog, en cohérence avec la stratégie de l'organisation, afin d'être en adéquation permanente avec les besoins / les objectifs.

Coordonner le développement du produit ou du service numérique, afin de s'assurer de l'alignement entre les plans d'action opérationnels (définis généralement par les chefs de projets) et la roadmap produit.

Organiser / planifier la stratégie globale de test, puis en coordonner la mise en œuvre afin de valider la conformité du produit ou du service numérique aux besoins utilisateurs et aux exigences fonctionnelles définies. Confirmer la mise en production du produit ou du service numérique.

Vérifier la disponibilité de l'ensemble des ressources / moyens nécessaires au déploiement.

Définir et mettre en place un système de suivi de la performance, à l'aide des méthodes et des outils (ex : outils d'analytics, outils de reporting, de visualisation) et paramètres (ex : seuils d'alerte, notifications, segmentation des données ...) adaptés, afin de collecter, d'analyser et de visualiser les données de performance du produit ou du service numérique tout au long de son cycle de vie.

Planifier le lancement d'un produit ou service numérique (d'une fonctionnalité, ...), de manière détaillée / séquencée, en collaboration avec les parties prenantes, selon une approche adaptée (ex : soft launch, hard launch), et en prenant en compte le public cible, et suivre le déploiement, afin de maximiser l'impact de sa mise en œuvre sur le marché.

Rédiger une documentation utilisateur accessible / intuitive,

en collaboration avec les équipes techniques, design et potentiellement des rédacteurs techniques et la mettre à disposition sur les canaux adaptés afin de permettre aux usagers de comprendre, d'utiliser et de tirer le meilleur parti du produit ou du service numérique.

Monitorer le produit ou le service numérique, selon les indicateurs définis et à l'aide des outils (tableaux de bord, etc.) adaptés, afin de mesurer en temps réel les premières métriques et les retours post-lancement, ou bien d'en suivre en continu les performances. Le cas échéant, identifier rapidement les problèmes ou les opportunités nécessitant des ajustements.

Mener différentes analyses, à l'aide des méthodes et outils d'analytics et de visualisation adaptés, afin de déterminer les insights clés. Formuler des hypothèses / recommandations d'amélioration.

Présenter / diffuser les insights clés et les recommandations d'amélioration, et les justifier, à l'aide des supports et des formats adaptés / accessibles, auprès des parties prenantes (développement, design, marketing, support), afin d'ajuster / valider les orientations / les mises à jour de la roadmap.

Planifier / organiser le déploiement des évolutions (nouvelles fonctionnalités, retrait ...) du produit ou du service numérique selon le type de changement à opérer (mineur, majeur), les communiquer auprès des parties prenantes (dont les utilisateurs) et les documenter, grâce à un système de versioning dans un objectif de traçabilité.

Structurer et mettre en œuvre un système de veille sur des domaines clés identifiés, le personnaliser via la combinaison des approches et des outils adaptés (ex : automatisation pour le flux continu, recherche manuelle pour des investigations spécifiques), afin de collecter / classer / commenter / stocker des données pertinentes et fiables sur une thématique déterminée ou en réponse à une problématique donnée, et de diffuser les informations clés aux parties prenantes.

Analyser les données issues de la veille ou de la recherche ciblée, à l'aide des méthodes et des outils adaptés (ex : techniques d'analyse quantitative et qualitative de base, gestion des insights), et en prenant en compte le contexte, la stratégie et les objectifs business, afin d'identifier les tendances, les évolutions et les mouvements de la concurrence en lien avec son domaine d'activité, ou bien apporter un éclairage sur un sujet donné.

Structurer et organiser un système de gestion des retours à partir des sources (feedbacks directs, directeurs, retours clients ...) et à l'aide des outils (logiciel de gestion des feedbacks, de tickets ...) adaptés, afin de recueillir (collecter / traiter / stocker) et de partager ce flux de manière structurée / centralisée / exploitable.

Structurer et organiser un système de gestion de la documentation produit, à l'aide des outils adaptés (ex : logiciel de

documentation, de collaboration / de partage), afin de mettre à disposition des différentes parties prenantes (équipes internes, utilisateurs, partenaires) une information accessible, complète, précise, facile à utiliser et actualisée, tout au long du cycle de vie du produit.

Identifier des optimisations possibles des procédures ou des modes opératoires liés au processus produit, à l'aide des méthodes et des outils (d'analyse des processus) adaptés, afin de proposer des améliorations visant à accroître la performance globale du produit et à créer un écosystème efficace, agile et centré sur la création de valeur. Le cas échéant, (co)créer, (co)ajuster les procédures et les modes opératoires en collaboration avec les parties prenantes.

Identifier, recueillir et analyser les besoins en termes de support au sein des équipes

(produit, squads, collaborateurs, direction) afin de co-construire des solutions visant à apporter un appui / conseil.

Diffuser et transmettre les informations clés autour du produit (ex : vision produit, culture produit, méthodologies produits) afin d'accompagner l'acquisition de connaissances, la montée en compétences des équipes, ou bien d'améliorer les pratiques.

Identifier / proposer ou bien promouvoir des initiatives afin de contribuer à l'intégration d'une culture produit (à savoir les principes qui guident le cycle de vie d'un produit, ex : user-centricity, value-driven, clarity and simplicity ...) au sein de l'organisation. Au besoin, participer à leur mise en place (cadrage).

Blocs de compétences

RNCP41141BC01 — Explorer des besoins utilisateurs et marché

LISTE DE COMPÉTENCES

Recueillir et analyser les besoins en termes de stratégie produit, à l'aide des méthodes et des outils (de recueil / d'analyse des besoins) adaptés suite à une problématique donnée (ex : problème utilisateur), à une opportunité identifiée (ex : nouvelle technologie), à un changement donné (ex : événements internes / externes) à une initiative stratégique (ex : recherche de nouveaux concepts innovants) et/ou dans le cadre du lancement ou de l'évolution d'un produit ou d'un service numérique afin d'en identifier les objectifs, le périmètre et le contexte (ex : problématiques, parties prenantes, ressources à disposition, éventuelles contraintes). Les formaliser au sein d'un document de cadrage adapté (ex : cahier des charges, brief) en vue de leur partage aux parties prenantes.

Orchestrer (organiser / planifier / coordonner) et/ou exécuter la collecte de données relatives au marché, aux utilisateurs et au produit (si existant), à l'aide des outils et des méthodes adéquats (tels que l'analyse des données produit, l'étude de marché et la recherche utilisateur), afin d'approfondir la compréhension du marché et des utilisateurs.

Consolider puis analyser les données de la découverte, à l'aide des méthodes et des outils adaptés (ex : création de matrices de synthèse, utilisation de frameworks d'analyse), afin de récapituler l'ensemble des apprentissages et en déduire les insights clés actionnables (les hypothèses, les opportunités, les problèmes et les actions proposées).

Évaluer (selon des critères de priorisation préalablement définis en collaboration avec les parties prenantes) les opportunités (d'amélioration, d'innovation) / problématiques à résoudre, en prenant en compte le contexte spécifique du produit, l'organisation et la stratégie, à l'aide des méthodes et outils (de priorisation) adaptés (ex : RICE, MoSCoW, Value vs Effort), puis en estimer l'impact / la valeur afin de classer, hiérarchiser et ordonner les besoins. Émettre des recommandations / des pistes d'exploration sur les orientations futures du produit, basées sur les apprentissages, pour la définition de solutions.

Identifier des solutions innovantes (des fonctionnalités, des produits, des services, ou des améliorations) alignées avec la stratégie globale du produit et les objectifs business, à l'aide de méthodes et d'outils adaptés (ex : méthodes d'idéation, méthodes d'analyse et d'insights, méthodes hybrides et structurées), puis les évaluer selon des critères de priorisation afin de déterminer les hypothèses initiales à explorer et valider itérativement.

Élaborer, en fonction des contraintes de temps et des ressources, coordonner et/ou mener, en collaboration avec les parties prenantes, des expériences afin de tester la désirabilité, la viabilité technique et commerciale des différentes solutions.

Documenter les hypothèses testées, les méthodes utilisées et les résultats obtenus pour chaque expérience.

Évaluer la faisabilité technique, l'expérience utilisateur ou le modèle économique, à l'aide des critères préalablement définis, le cas échéant, ajuster et tester à nouveau, puis valider la solution auprès des parties prenantes, afin de proposer un produit ou un service numérique intuitif, engageant, accessible et en cohérence avec les besoins marché / utilisateurs et les objectifs business.

Communiquer, à l'oral et à l'écrit, auprès des différentes parties prenantes, les apprentissages et les solutions issues de la découverte, à l'aide de supports aux formats adaptés et accessibles, afin de susciter l'adhésion aux orientations

à prendre et de définir collectivement les prochaines étapes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projets (mises en situation professionnelle réelles ou reconstituées, cas pratiques) - Soutenances orales

RNCP41141BC02 — Définir et faire évoluer une stratégie produit

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir et construire une stratégie produit complète, en précisant la vision, les objectifs stratégiques, le public cible et la proposition de valeur, et en élaborant les éléments clés tels que le positionnement, la différenciation et les bases du go-to-market, tout en définissant les indicateurs de succès pertinents pour mesurer l'atteinte des objectifs. La formaliser selon les cadres ou modèles de référence.

Établir une vue d'ensemble du produit ou du service numérique, de ses objectifs et de ses fonctionnalités principales, et les formaliser au travers d'un document de référence dans un objectif d'alignement stratégique.

Établir, formaliser et maintenir une roadmap produit dynamique / partageable / collaborative, à l'aide des outils de gestion adaptés, afin de fournir une vision claire de l'évolution future du produit : Définir les thèmes (domaines clés du produit) et les initiatives (fonctionnalités globales ou travaux à réaliser) associés en cohérence avec les objectifs stratégiques afin de regrouper les efforts et de visualiser les priorités. Sélectionner / prioriser et ordonnancer les fonctionnalités et les livraisons, à l'aide de méthodes / techniques adaptées (ex : matrice effort/valeur, RICE, modèle Kano, méthode de scoring) selon leur valeur (pour les utilisateurs), leur impact sur les objectifs du produit et leur faisabilité technique. Établir une chronologie visuelle des thèmes / initiatives et livraisons prévues.

Communiquer, aux différentes parties prenantes, la stratégie produit, au cours de son élaboration (livrables intermédiaires) ou en final, à l'aide de supports aux formats adaptés et accessibles, dans un objectif de partage / ajustement / validation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projets (mises en situation professionnelle réelles ou reconstituées, cas pratiques) - Soutenances orales

RNCP41141BC03 — Piloter un développement produit et sa mise en production

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser et animer des échanges (ex : réunions, entretiens) auprès des différentes équipes chargées du développement du produit afin de présenter / d'expliquer la vision produit, les objectifs et les différentes exigences fonctionnelles / d'avoir une compréhension commune / partagée des exigences / objectifs et de lever tous points de blocage ou difficultés. Le cas échéant, ajuster les spécifications et communiquer les évolutions.

Définir les exigences détaillées du produit ou du service numérique et les formaliser au sein d'une documentation adaptée afin de guider les équipes en charge du développement produit dans la création ou l'amélioration du produit ou du service numérique.

(Ré)Évaluer la priorisation des fonctionnalités, des améliorations et des corrections à effectuer selon les retours utilisateurs, les évolutions du marché, les découvertes ou bien les contraintes rencontrées, et définir / ajuster lors de séances dédiées (ex : backlog refinement ou grooming) le product backlog, en cohérence avec la stratégie de l'organisation, afin d'être en adéquation permanente avec les besoins / les objectifs.

Coordonner le développement du produit ou du service numérique, afin de s'assurer de l'alignement entre les plans d'action opérationnels (définis généralement par les chefs de projets) et la roadmap produit.

Organiser / planifier la stratégie globale de test, puis en coordonner la mise en œuvre afin de valider la conformité du produit ou du service numérique aux besoins utilisateurs et aux exigences fonctionnelles définies. Confirmer la mise en production du produit ou du service numérique.

Vérifier la disponibilité de l'ensemble des ressources / moyens nécessaires au déploiement.

Définir et mettre en place un système de suivi de la performance, à l'aide des méthodes et des outils (ex : outils d'analytics, outils de reporting, de visualisation) et paramètres (ex : seuils d'alerte, notifications, segmentation des données ...) adaptés, afin de collecter, d'analyser et de visualiser les données de performance du produit ou du service numérique tout au long de son cycle de vie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projets (mises en situation professionnelle réelles ou reconstituées, cas pratiques) - Soutenances orales

RNCP41141BC04 — Orchestrer un lancement produit et gérer des itérations

LISTE DE COMPÉTENCES

Planifier le lancement d'un produit ou service numérique (d'une fonctionnalité, ...), de manière détaillée / séquencée, en collaboration avec les parties prenantes, selon une approche adaptée (ex : soft launch, hard launch), et en prenant en compte le public cible, et suivre le déploiement, afin de maximiser l'impact de sa mise en œuvre sur le marché.

Rédiger une documentation utilisateur accessible / intuitive,

en collaboration avec les équipes techniques, design et potentiellement des rédacteurs techniques et la mettre à disposition sur les canaux adaptés afin de permettre aux usagers de comprendre, d'utiliser et de tirer le meilleur parti du produit ou du service numérique.

Monitorer le produit ou le service numérique, selon les indicateurs définis et à l'aide des outils (tableaux de bord, etc.) adaptés, afin de mesurer en temps réel les premières métriques et les retours post-lancement, ou bien d'en suivre en continu les performances. Le cas échéant, identifier rapidement les problèmes ou les opportunités nécessitant des ajustements.

Mener différentes analyses, à l'aide des méthodes et outils d'analytics et de visualisation adaptés, afin de déterminer les insights clés. Formuler des hypothèses / recommandations d'amélioration.

Présenter / diffuser les insights clés et les recommandations d'amélioration, et les justifier, à l'aide des supports et des formats adaptés / accessibles, auprès des parties prenantes (développement, design, marketing, support), afin d'ajuster / valider les orientations / les mises à jour de la roadmap.

Planifier / organiser le déploiement des évolutions (nouvelles fonctionnalités, retrait ...) du produit ou du service numérique selon le type de changement à opérer (mineur, majeur), les communiquer auprès des parties prenantes (dont les utilisateurs) et les documenter, grâce à un système de versioning dans un objectif de traçabilité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projets (mises en situation professionnelle réelles ou reconstituées, cas pratiques) - Soutenances orales

RNCP41141BC05 — Améliorer en continu un cycle produit

LISTE DE COMPÉTENCES

Structurer et mettre en œuvre un système de veille sur des domaines clés identifiés, le personnaliser via la combinaison des approches et des outils adaptés (ex : automatisation pour le flux continu, recherche manuelle pour des investigations spécifiques), afin de collecter / classer / commenter / stocker des données pertinentes et fiables sur une thématique déterminée ou en réponse à une problématique donnée, et de diffuser les informations clés aux parties prenantes.

Analyser les données issues de la veille ou de la recherche ciblée, à l'aide des méthodes et des outils adaptés (ex : techniques d'analyse quantitative et qualitative de base, gestion des insights), et en prenant en compte le contexte, la stratégie et les objectifs business, afin d'identifier les tendances, les évolutions et les mouvements de la concurrence en lien avec son domaine d'activité, ou bien apporter un éclairage sur un sujet donné.

Structurer et organiser un système de gestion des retours à partir des sources (feedbacks directs, directeurs, retours clients ...) et à l'aide des outils (logiciel de gestion des feedbacks, de tickets ...) adaptés, afin de recueillir (collecter / traiter / stocker) et de partager ce flux de manière structurée / centralisée / exploitable.

Structurer et organiser un système de gestion de la documentation produit, à l'aide des outils adaptés (ex : logiciel de documentation, de collaboration / de partage), afin de mettre à disposition des différentes parties prenantes (équipes internes, utilisateurs, partenaires) une information accessible, complète, précise, facile à utiliser et actualisée, tout au long du cycle de vie du produit.

Identifier des optimisations possibles des procédures ou des modes opératoires liés au processus produit, à l'aide des méthodes et des outils (d'analyse des processus) adaptés, afin de proposer des améliorations visant à accroître la performance globale du produit et à créer un écosystème efficace, agile et centré sur la création de valeur. Le cas échéant, (co)créer, (co)ajuster les procédures et les modes opératoires en collaboration avec les parties prenantes.

Identifier, recueillir et analyser les besoins en termes de support au sein des équipes

(produit, squads, collaborateurs, direction) afin de co-construire des solutions visant à apporter un appui / conseil.

Diffuser et transmettre les informations clés autour du produit (ex : vision produit, culture produit, méthodologies produits) afin d'accompagner l'acquisition de connaissances, la montée en compétences des équipes, ou bien d'améliorer les pratiques.

Identifier / proposer ou bien promouvoir des initiatives afin de contribuer à l'intégration d'une culture produit (à savoir les principes qui guident le cycle de vie d'un produit, ex : user-centricity, value-driven, clarity and simplicity ...) au sein de l'organisation. Au besoin, participer à leur mise en place (cadrage).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS
Tous les secteurs d'activités sont concernés par le product management.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES
Product owner (PO)
Product manager (PM)
Chef / Responsable produit (digital / numérique)
Chef / Responsable de projet (digital / numérique)

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
La profession n'est pas réglementée. Toutefois, le product manager joue un rôle clé dans la conformité du produit aux exigences légales et normatives (RGPD, sécurité, accessibilité). Il s'assure de leur prise en compte dès la conception, en lien avec les experts concernés (juridique, DPO, sécurité, accessibilité), notamment dans les secteurs sensibles (santé, finance, services publics).

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
Être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 6 (ou équivalent) en marketing, en commerce, en développement informatique, en communication numérique ou en conduite de projet
Ou être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 6 (ou équivalent) avec une expérience professionnelle d'au moins 3 ans en marketing, en commerce, en développement informatique, en communication numérique ou en conduite de projet
Et disposer d'un niveau d'anglais de type B1 sur l'échelle européenne du CECRL (ou équivalent).

Le jury de délivrance de la certification est composé du responsable pédagogique de la filière et deux professionnels du métier visé extérieurs à l'organisme.

Base légale

Date de décision	18/07/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/07/2028
Date de dernière délivrance possible	18/07/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	89	0	71 %	—
2023	9	0	86 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP35864

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://openclassrooms.com/fr/paths/702-product-manager>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41141/>

Où se former

Formations référencées	2
Organismes	1
Régions couvertes	0
Prix indicatif	4 500 € – 9 000 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1

Formations à distance	1
Sessions	de 01/2026 à 01/2030

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	25
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	4 %
Période	08/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	30
Montant total engagé	148 600 €
Coût moyen par dossier	4 953 €
Durée moyenne	911 h
Période	08/2025 – 09/2026
France compétences	65 %
Reste à charge titulaire	15 %
France Travail	12 %
OPCO	7 %
Entreprise	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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