

Manager produits et marketing

RNCP42647 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	32025, 34052
Code(s) ROME	M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/07/2026
Date d'échéance	17/07/2028

Certificateur(s)

ESGCV · SIRET : 75253547600325

Partenaires habilités

8 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 7 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ESGCV	75253547600580	Former et organiser l'évaluation
ESGCV -75253547600143	75253547600143	Former et organiser l'évaluation
ESG / ESARC EVOLUTION	75253547600465	Former et organiser l'évaluation
ESG LUXE	75253547600390	Former et organiser l'évaluation
ESG SPORT	75253547600341	Former
GALILEO FORMATION PROFESSIONNELLE	81212304000063	Former et organiser l'évaluation
GALILEO VAE	90077772300033	Former et organiser l'évaluation
STUDI	91114836900018	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager produits et marketing est en charge de la gestion du cycle de vie de la gamme ou du produit et/ou service. Il intervient de la conception des produits ou services jusqu'aux actions promotionnelles pour favoriser leur commercialisation. Il recherche les axes d'amélioration en veillant à répondre aux attentes des clients/consommateurs tout en cherchant à se différencier des concurrents.

ACTIVITÉS VISÉES

- Réalisation d'un diagnostic stratégique complet
- Production d'un rapport de veille stratégique
- Conception d'une stratégie marketing complète
- Argumentation des choix marketing et produit auprès des décisionnaires
- Élaboration d'un plan marketing et commercial complet incluant offres, canaux et cibles
- Définition d'une politique RevOps alignant marketing, ventes et service client

- Déploiement des outils et indicateurs nécessaires pour analyser la performance
- Pilotage des activations opérationnelles omnicanales en vue d'améliorer l'expérience client
- Conception d'un plan de pilotage orienté produit (product mindset)
- Élaboration d'un processus de sélection structuré intégrant performance, coût et durabilité
- Organisation et pilotage des équipes impliquées dans le projet
- Organisation d'actions et rituels favorisant la cohésion, l'engagement et l'adhésion aux valeurs de l'entreprise
- Conception d'un prototype d'innovation en s'appuyant sur des méthodes d'idéation
- Création de parcours clients innovants intégrant des dimensions expérientielles
- Construction d'un plan de déploiement des évolutions produits

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Réaliser un diagnostic stratégique (étude de marché, analyse interne, FCS...) pour identifier les opportunités de développement produit en cohérence avec la stratégie d'entreprise en analysant des données fiables et pertinentes grâce à des outils métier et matrices stratégiques.
- Analyser les tendances du marché, la concurrence et les comportements des consommateurs afin de construire l'offre la plus adaptée en s'appuyant sur des outils de veille stratégique, IA... et pouvoir anticiper d'éventuels pivots.
- Définir la stratégie marketing (product, place, promotion, price, people, process, physical environment...) en cohérence avec la stratégie de marque intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux afin de garantir la durabilité du produit et l'adaptation à la cible.
- Argumenter les choix stratégiques marketing, produit et offre de manière convaincante et affirmée auprès des parties prenantes afin d'obtenir leur adhésion et leur engagement.
- Déployer la stratégie marketing, commerciale (digital, phygital, off-line, sell-in/sell-out...) et communication en réalisant un plan marketing, branding et commercial en fonction des offres, des canaux et de la cible afin d'atteindre les objectifs.
- Définir des outils d'alignement marketing-vente (RevOps) afin d'améliorer la performance commerciale (acquisition, activation, rétention, fidélisation...) tout en gardant la productivité des équipes.
- Mettre en place les outils d'analyse des indicateurs clés de performance (KPI) afin d'analyser les parcours et retours utilisateurs/clients pour améliorer en continu la performance marketing et commerciale (data driven marketing).
- Piloter des actions opérationnelles omnicanales (merchandising, contenus, média, retail media...) afin de répondre aux enjeux d'expérience client en s'appuyant sur des méthodes de mesure moderne (marketing mix modeling, test & learn...) et de la data analyse (CRM...).
- Définir une approche centrée produit (product mindset) du pilotage du projet afin de minimiser le délai de rentabilisation, tout en répondant aux besoins des clients et préparant les équipes au changement (management agile, RACI, roadmap, OKR...).
- Sélectionner les prestataires et fournisseurs à partir de critères de performance, de coût et de durabilité afin de constituer des partenariats alignés sur les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Gérer les équipes internes et partenaires externes en phase de lancement du projet et au quotidien en anticipant les risques humains et matériels afin de garantir la performance et les atteintes des objectifs marketing et commerciaux.
- Mobiliser les équipes autour des valeurs et de la culture d'entreprise afin de renforcer la cohésion et l'engagement en actionnant des leviers d'engagement adaptés et en proposant des rituels concrets.
- Concevoir une innovation produit/service viable en s'appuyant sur des méthodologies d'idéation (design thinking, CK (concept knowledge), BMC, Océan bleu...) et des retours clients afin de renforcer la compétitivité du produit.
- Développer des parcours innovants et du marketing expérientiel (physique, digital, phygital, ...) afin de répondre aux nouveaux besoins et attentes des clients grâce à des outils métiers (customer journey map, user story, marketing sensoriel, pop-up store, customisation...).
- Piloter la mise en œuvre des évolutions produits en s'appuyant sur la data afin de garantir la performance marketing.

Blocs de compétences

RNCP42647BC01 — Définir la stratégie marketing et produit

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser un diagnostic stratégique (étude de marché, analyse interne, FCS...) pour identifier les opportunités de développement produit en cohérence avec la stratégie d'entreprise en analysant des données fiables et pertinentes grâce à des outils métier et matrices stratégiques.
- Analyser les tendances du marché, la concurrence et les comportements des consommateurs afin de construire l'offre la plus adaptée en s'appuyant sur des outils de veille stratégique, IA... et pouvoir anticiper d'éventuels pivots.
- Définir la stratégie marketing (product, place, promotion, price, people, process, physical environment...) en cohérence avec la stratégie de marque intégrant les enjeux environnementaux et sociétaux afin de garantir la durabilité du produit et l'adaptation à la cible.
- Argumenter les choix stratégiques marketing, produit et offre de manière convaincante et affirmée auprès des parties prenantes afin d'obtenir leur adhésion et leur engagement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

RNCP42647BC02 — Déployer et suivre la stratégie marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déployer la stratégie marketing, commerciale (digital, phygital, off-line, sell-in/sell-out...) et communication en réalisant un plan marketing, branding et commercial en fonction des offres, des canaux et de la cible afin d'atteindre les objectifs.
- Définir des outils d'alignement marketing-vente (RevOps) afin d'améliorer la performance commerciale (acquisition, activation, rétention, fidélisation...) tout en gardant la productivité des équipes.
- Mettre en place les outils d'analyse des indicateurs clés de performance (KPI) afin d'analyser les parcours et retours utilisateurs/clients pour améliorer en continu la performance marketing et commerciale (data driven marketing).
- Piloter des actions opérationnelles omnicanales (merchandising, contenus, média, retail media...) afin de répondre aux enjeux d'expérience client en s'appuyant sur des méthodes de mesure moderne (marketing mix modeling, test & learn...) et de la data analyse (CRM...).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

RNCP42647BC03 — Piloter le projet et manager des équipes produit

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir une approche centrée produit (product mindset) du pilotage du projet afin de minimiser le délai de rentabilisation, tout en répondant aux besoins des clients et préparant les équipes au changement (management agile, RACI, roadmap, OKR...).
- Sélectionner les prestataires et fournisseurs à partir de critères de performance, de coût et de durabilité afin de constituer des partenariats alignés sur les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Gérer les équipes internes et partenaires externes en phase de lancement du projet et au quotidien en anticipant les risques humains et matériels afin de garantir la performance et les atteintes des objectifs marketing et commerciaux.
- Mobiliser les équipes autour des valeurs et de la culture d'entreprise afin de renforcer la cohésion et l'engagement en actionnant des leviers d'engagement adaptés et en proposant des rituels concrets.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

RNCP42647BC04 — Développer l'innovation produit

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir une innovation produit/service viable en s'appuyant sur des méthodologies d'idéation (design thinking, CK (concept knowledge), BMC, Océan bleu...) et des retours clients afin de renforcer la compétitivité du produit.
- Développer des parcours innovants et du marketing expérientiel (physique, digital, phygital, ...) afin de répondre aux nouveaux besoins et attentes des clients grâce à des outils métiers (customer journey map, user story, marketing sensoriel, pop-up store, customisation...).
- Piloter la mise en œuvre des évolutions produits en s'appuyant sur la data afin de garantir la performance

marketing.

MODALITÉS D'ÉVALUATION
Mise en situation professionnelle

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS
Contextes variés?: industrie (biens de grande consommation, santé, manufacturier), services (banque?assurance, télécoms, software/SaaS, e?commerce) et commerce/distribution...

- TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES
- Manager produit et marketing
 - Chef de produit
 - Chef de produit marketing
 - Category Manager
 - Product Manager
 - Product Owner
 - Spécialiste produit
 - Responsable produit
 - Ingénieur de produit
 - Développeur de produit marketing
 - Chef de projets marketing
 - Manager marketing
 - Chef de produit digital
 - Chef de produit web
 - Chef de produit mobile
 - Chef de produit e-commerce
 - Chef de produit international
 - Responsable produit sport
 - Retail Store Manager

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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

En formation initiale :

- Entrée en 1re année : être titulaire d'une certification de niveau 6 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...).
- Entrée en 2e année : être titulaire d'une certification de niveau 6 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...).

En alternance :

- Pour un cursus en 3 ans : être titulaire d'une certification de niveau 5 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...).
- Pour un cursus en 2 ans : être titulaire d'une certification de niveau 6 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...).
- Pour un cursus en 1 an : être titulaire d'une certification de niveau 6 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...).

En formation continue :

- Entrée avec un niveau 6 : être titulaire d'une certification de niveau 6 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...).
- Ou être titulaire d'une certification de niveau 6 dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum.
- Entrée avec un niveau 5 : être titulaire d'une certification de niveau 5 dans le domaine visé ou proche (marketing, commerce, management, stratégie...) et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum.
- Ou être titulaire d'une certification de niveau 5 dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum.
- Entrée avec un niveau 4 : être titulaire d'une certification de niveau 4 et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 48 mois minimum.

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

4 membres dont 50% de professionnels :

- le directeur de l'école,
- un responsable pédagogique ou son représentant,
- deux professionnels externes, exerçant dans le métier visé.

Base légale

Date de décision	17/07/2026
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/07/2028
Date de dernière délivrance possible	17/07/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	910	1	82 %	—
2023	717	5	82 %	37 %
2022	410	0	91 %	46 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35960

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35960, RNCP37164, RNCP38586, RNCP40592

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.mba-esg.com/m1-marketing-communication.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42647/>