

Responsable de projets en marketing

RNCP4639 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	321n
Code(s) ROME	M1705, M1707, E1401
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	23/06/2011

Certificateur(s)

Ecole Supérieure des Techniques Appliquées de la Communication (ESTACOM)

<http://www.estacom.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable de projets en marketing relationnel conçoit, met en œuvre et contrôle les actions permettant à une organisation (entreprise, administration, association) de s'adresser individuellement à ses clients ou prospects, définis par des critères statistiques et comportementaux. À cet effet, il conduit 5 groupes d'activités.

1. Recherche et développement commercial :

Analyse des marchés / Veille concurrentielle et benchmarking / Prospection des clients, développement du chiffre d'affaires.

2. Stratégie marketing opérationnelle :

Prise en compte des éléments constitutifs de la stratégie / Intégration des variables comportementales et psychosociales.

3. Conception de l'action de marketing relationnel :

Analyse de la demande client / Conception de l'action en mode projet / Définition des moyens humains et techniques / Production de la recommandation marketing, dont budget et maquette / Présentation du projet au client.

4. Pilotage de la production marketing interne/externe :

Constitution et management de l'équipe projet / Evaluation et maîtrise des paramètres de fabrication / Achat de prestations / Relations clients internes/externes

5. Contrôle et évaluation des actions de marketing relationnel :

Production du bilan des actions, compte de résultat / analyse des résultats / Partage des résultats – Retour d'expérience.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences ou capacités attestées correspondent aux 5 pôles ci-dessus, intégrant des connaissances en sciences humaines, en conduite projets et dans les disciplines techniques. 1. Rechercher, analyser, synthétiser l'information professionnelle / Gérer un portefeuille clients / Projeter la rentabilité de son action.

2. Adapter la stratégie opérationnelle à la stratégie de l'entreprise : message, cible qualifiée sur des bases statistiques, médias / Mettre en place un schéma d'action pour atteindre les objectifs.

3. Rencontrer physiquement le client et comprendre ses besoins (le« brief ») / Elaborer le cahier des charges qui en découle / Définir les moyens humains et financiers nécessaires / En rendre compte au client (« débrief »).

4. Constituer et piloter les équipes de création et de fabrication / Mettre en œuvre les bases de données pertinentes / Garantir le respect des impératifs qualité-coût-délai / Garantir le respect des lois en vigueur sur la publicité.

5. Etablir un résultat comptable d'exploitation / Recueillir et analyser (statistiques) les informations issues du client /

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Prestataires en marketing relationnel : Agences de publicité, bases de données, imprimeries spécialisées, routage, centres d'appel
- Entreprises utilisatrices du marketing relationnel :
Toutes entreprises, industrie, services et négoce, au sein de la direction commerciale ou marketing. En particulier :
Vente à distance
Banque et assurance
Opérateurs en téléphonie et fournisseurs d'accès Internet
Biens de consommation
Organismes caritatifs
etc.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable marketing relationnel
Chef de publicité
Chef de projet en marketing
Chef de projet en marketing direct
Chargé de clientèle
Chef de produit
Chef produit marketing
Chef de marché
Responsable de promotion directe
Responsable marketing clients
Responsable marketing opérationnel
Consultant marketing direct

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

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

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 001 €
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) 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)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %

Familles professionnelles (FAP)

R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
U0X80 — Assistants de la communication
U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury de certification (75% de professionnels) est constitué de l'ensemble des jurys de soutenance et présidé par le Président de la CCI ou son représentant Chaque jury de soutenance comprend 4 membres :

1 président (délégué par la CCI du Cher)

3 membres professionnels extérieurs à l'organisme

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 23/06/2011

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP13890

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

courriel : cesal@cher.cci.fr

<http://www.cher.cci.fr/page.php?RID=6&ID=35>

<http://www.estacom.fr>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/4639/>