

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 30417**

Intitulé

Manager marketing data et commerce électronique (MS)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
SKEMA Business School	Directrice générale

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 326 Informatique, traitement de l'information, réseaux de transmission

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Manager marketing data et commerce électronique a pour objectifs majeurs de contribuer avec la Direction Générale à la définition et la mise en œuvre des stratégies marketing et commerciales en utilisant les NTIC, et ce en phase avec la stratégie poursuivie par l'entreprise dans le cadre des budgets et positionnements de celle-ci.

Il définit, pilote et met en place les actions de relation clients, de communication, d'acquisition et de distribution digitale ou physique des produits et des marques en s'appuyant sur les données collectées et les différents outils digitaux.

Activités visées :

- Diagnostic et élaboration de la stratégie commerciale digitale : élaborer le diagnostic et les stratégies commerciales, de distribution et de communication en utilisant l'ensemble des leviers e-business et des nouvelles technologies
- Mise en œuvre et pilotage des projets digitaux : conduire des projets digitaux dans la stratégie marketing et commerciale en identifiant et mariant les principaux leviers d'acquisition gratuits ou payants afin d'optimiser son trafic ; concevoir et mettre en place de stratégies d'acquisition de trafic et de visibilité en s'appuyant sur le référencement naturel (SEO), en achetant des bannières et mots clés (SEA), en maîtrisant le fonctionnement des régies, Ad-exchange et autres plateformes de vente d'espace publicitaire et en maîtrisant les opérations de visibilité (affiliation, brand content...) ; mettre en œuvre des plans d'actions opérationnels (conduite de projets e-commerce, m-commerce ou de digitalisation du point de vente) en mode AGILE et en veillant au respect des règles de l'UX design ; sélectionner des solutions (organisationnelles ou technologiques) les plus adaptées au contexte du marché et à l'ambition de l'entreprise
- Contrôle et mesure de la performance : piloter le processus de mesure de la performance et mettre en place de tableaux de bord (actions de veille, analyse des données CRM, Web analytics, etc.)
- Développement et amélioration de la relation client : développer et améliorer la relation client dans un environnement multicanal (CRM, e-mailing, social media...) ; étudier, dans le cadre du développement du e-commerce et du commerce connecté, les évolutions des comportements et besoins des marchés et de ses acteurs ; collecter et traiter des données de manière efficiente et légale.

Le (la) titulaire est capable de :

- Analyser le marché, à identifier les cibles et les canaux les plus porteurs.
- Identifier et prendre en compte les besoins et les nouveaux comportements d'achat des consommateurs.
- Formuler les attentes de l'entreprise, identifier les solutions possibles et mettre en place un plan d'actions efficace.
- Elaborer une stratégie commerciale tenant compte des enjeux économiques, des mutations du secteur de l'entreprise et des nouveaux comportements du consommateur.
- Développer des stratégies de branding et d'acquisition de trafic.
- Utiliser à bon escient les différents canaux digitaux (réseaux sociaux, places de marché, applications mobiles...) dans le déploiement d'une stratégie commerciale.
- Maîtriser les outils web et les principaux leviers permettant la mise en place d'une stratégie e-commerce et/ou multicanale efficace(s) et sélectionner les outils e-commerce les mieux adaptés aux spécificités de l'entreprise et de ses produits.
- Proposer des stratégies multicanales innovantes.
- Mettre en place une veille pertinente.
- Conduire un projet en équipe, en respectant un planning, les objectifs et en maîtrisant la communication avec les équipes techniques.
- Maîtriser les règles de base du référencement naturel.
- Optimiser la structure du site, son contenu et ses pages d'atterrissage.
- Maîtriser Google Adwords.
- Coordonner l'ensemble des stratégies de trafic.
- Optimiser les taux de conversion.
- Optimiser les coûts d'acquisition en identifiant les leviers les plus performants.
- Concevoir et élaborer le périmètre fonctionnel et l'ergonomie d'un site e-commerce, d'une place de marché ou d'une application marchande.
- Veiller au respect des règles d'UX Design (expérience utilisateur) et à l'optimisation du tunnel d'achat.
- Maîtriser des outils analytics et de datamining.
- Mettre en place des outils d'analyse de la performance (ex : Google Analytics, SAS Datamining).
- Analyser les résultats des actions en utilisant les outils analytics.
- Mettre en place et utiliser des outils de gestion et d'optimisation de la relation client (CRM, DMP...).

- Identifier et utiliser les indicateurs les plus pertinents (visites, taux de transformation, taux de rebond...) et les indices de performances.
- Contrôler les résultats.
- Optimiser la performance de la relation client en utilisant les démarches du marketing relationnel.
- Utiliser de façon performante le logiciel SAS Data Mining©
- Utiliser les outils CRM pour segmenter de façon pertinente ses campagnes.
- Maîtriser le cadre légal d'utilisation des données

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Entreprises spécialisées dans la vente en ligne (pure player), entreprises de distribution (retailers), agences de conseil en marketing et communication digitale.

- Responsable marketing
- Chef de projet e-commerce
- Responsable CRM (Custom Relation Management)
- Trafic Manager
- Social media manager
- Web Analyst

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1704 : Management relation clientèle

M1706 : Promotion des ventes

M1707 : Stratégie commerciale

E1402 : Élaboration de plan média

E1101 : Animation de site multimédia

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

- Cas pratiques d'analyse de stratégies d'entreprises innovantes.
- Production d'un dossier de projet e-commerce.
- Production d'un dossier de recommandations stratégiques et opérationnelles en réponse à une demande réelle émanant de startups (projet Euratechnologie).
- Présentation en mode agence des dossiers de projet avec notation individuelle évaluant l'apport chacun dans le groupe (initiatives constatées, leadership, organisation et mutualisation des données...), la capacité à traduire les remarques en améliorations ou changements et le respect des engagements.
- Examens individuels.
- Production d'une thèse professionnelle en binôme associée à une présentation orale individuelle autour d'une problématique en relation avec le digital.
- Certification Google Adwords.
- Certification Google Analytics évaluant connaissances concernant la plate-forme Google Analytics et les bonnes pratiques en matière d'analyse numérique.
- Dossier de réalisation d'audits SEO.
- Etudes de cas.
- Dossier et présentation orale sur la mise en place de recommandations stratégiques et opérationnelles.
- Projet d'animation d'une communauté sur les réseaux sociaux et de réalisation d'une newsletter et d'un planning d'envois.
- Certification AGILE PM©, certification attestant de la maîtrise de la méthodologie et de la capacité à travailler dans un environnement de projet en faisant preuve d'agilité.
- Certificat SAS Datamining, logiciel d'analyses de données et de modélisation descriptive et prédictive.

Validité des composants acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le jury est composé d'un membre de l'école : le responsable du programme délivrant la certification ainsi que d'un représentant du corps professoral du programme et de 2 représentants professionnels (50% employeur et 50% employé)
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Le jury est composé d'un membre de l'école : le responsable du programme délivrant la certification ainsi que d'un représentant du corps professoral du programme et de 2 représentants professionnels (50% employeur et 50% employé)

En contrat de professionnalisation	X	Le jury est composé d'un membre de l'école : le responsable du programme délivrant la certification ainsi que d'un représentant du corps professoral du programme et de 2 représentants professionnels (50% employeur et 50% employé)
Par candidature individuelle	X	Le jury est composé d'un membre de l'école : le responsable du programme délivrant la certification ainsi que d'un représentant du corps professoral du programme et de 2 représentants professionnels (50% employeur et 50% employé)
Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	Le jury est composé d'un membre de l'école : le responsable du programme délivrant la certification ainsi que d'un représentant du corps professoral du programme et de 2 représentants professionnels (50% employeur et 50% employé)

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 9 janvier 2015 publié au Journal Officiel du 30 janvier 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing direct et commerce électronique (MS)" avec effet au 02 janvier 2010 jusqu'au 30 janvier 2018.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 09 avril 2018 publié au Journal Officiel du 17 avril 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing data et commerce électronique (MS)" avec effet au 30 janvier 2018, jusqu'au 17 avril 2023.

Pour plus d'informations

Statistiques :

17 auditeurs en moyenne par année

Autres sources d'information :

www.skema-bs.fr

[SKEMA Business School](#)

Lieu(x) de certification :

SKEMA Business School : Nord-Pas-de-Calais Picardie - Nord (59) [Euralille]

SKEMA Business School

Campus de Lille

Avenue Willy Brandt

59777 Euralille France

A partir de Septembre 2017

SKEMA Business School

Campus de Paris

Pôle Universitaire Léonard de Vinci

Esplanade Mona-Lisa

92916 Paris La Défense Cedex

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

- SKEMA Business School - Campus de Lille - Avenue Willy Brandt - 59777 Euralille

- SKEMA Business School - Campus de Paris - Pôle universitaire Léonard de Vinci - Esplanade Mona Lisa - Courbevoie - 92916 Paris la

Défense Cedex

Historique de la certification :

Mastère spécialisé accrédité par la Conférence des grandes écoles (CGE) :

Premier dépôt auprès de la CGE par ESC Lille (2000)

Poursuite du programme depuis la fusion et création de SKEMA (2009)

Certification précédente : Manager marketing direct et commerce électronique (MS)