

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : Analyse des données de marché et conception stratégique	<u>Contexte :</u> <i>Le manager de la stratégie marketing et digitale analyse les données disponibles sur les clients de l'entreprise et sur la concurrence afin de définir les caractéristiques de la stratégie à mettre en œuvre.</i>	E1 : Questionnaire E2 : Travaux écrits E3 : Etude de cas E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A1. Analyse des données de marché <ul style="list-style-type: none"> • Collecte des données pertinentes • Analyses statistiques • Visualisation et communication des résultats 	<p>C1. Identifier les données-clients importantes au regard de la stratégie de son entreprise, en vue de procéder à l'analyse statistique du marché.</p> <p>C2. Segmenter le marché en différentes cibles qualitatives, en s'appuyant sur l'analyse des données collectées, dans la perspective d'élaborer la stratégie marketing de l'entreprise.</p> <p>C3. Présenter les résultats des analyses, ainsi que des préconisations, en vue de contribuer à une réflexion approfondie sur la stratégie digitale à mettre en œuvre.</p>	<p>E2 – E3 – E5. (C1 à C8) <u>Etude de cas donnant lieu à une note de synthèse écrite remise au jury et présentée oralement à celui-ci.</u></p> <p>La note de synthèse présente la méthodologie d'analyse mise en œuvre par le candidat. Elle comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données analysées. - Une proposition de segmentation du marché. - L'identification et l'analyse des sources d'opportunités stratégiques. - Des préconisations relatives à la transformation digitale de l'entreprise et à sa stratégie marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • (C1, C2) Qualité de l'analyse stratégique <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie d'analyse est explicite et cohérente - Les données-clients importantes sont repérées - La segmentation est logique - Le candidat maîtrise les concepts essentiels du marketing - La rédaction de la note de synthèse est convaincante • (C3) Qualité de la présentation des résultats <ul style="list-style-type: none"> - Les données présentées sont clairement segmentées et l'analyse est lisible - Les enjeux spécifiques sont bien distingués - Le candidat a évalué et classé les enjeux stratégiques dans une cartographie claire et argumentée - L'expression est précise, fluide et convaincante

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2. Conception d'une stratégie de marketing digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition des objectifs • Dimensionnement des cibles 	<p>C4. Préciser les objectifs du marketing digital en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, afin de déterminer les résultats à atteindre.</p> <p>C5. Dimensionner les cibles d'une campagne de marketing digital à développer, au regard des résultats attendus, afin d'optimiser sa rentabilité.</p> <p>C6. Caractériser chacun des segments de la cible en fonction de son importance stratégique, en vue de préparer une allocation raisonnée des moyens humains, techniques et financiers disponibles.</p>	<p>E2 – E3 – E5. (C1 à C8) <u>Etude de cas donnant lieu à une note de synthèse écrite remise au jury et présentée oralement à celui-ci.</u></p> <p>La note de synthèse présente la méthodologie d'analyse mise en œuvre par le candidat. Elle comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données analysées. - Une proposition de segmentation du marché. - L'identification et l'analyse des sources d'opportunités stratégiques. - Des préconisations relatives à la transformation digitale de l'entreprise et à sa stratégie marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • (C4) : Cohérence des objectifs <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie de définition des objectifs est explicite et cohérente - La stratégie de l'entreprise est bien prise en compte - Le candidat présente un chiffrage des objectifs à atteindre - Son argumentaire à l'appui des choix opérés est logique • (C5) : Réalisme dans la définition des cibles <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat démontre un bon niveau de compréhension des principes de la rentabilité - Ses propositions en termes de dimensionnement sont justifiées et bien argumentées • (C6) : Vision stratégique <ul style="list-style-type: none"> - Les critères d'appréciation de l'importance stratégique des cibles sont explicités et justifiés - Le candidat démontre sa capacité à s'appuyer sur une vision claire de la stratégie de l'entreprise - Ses préconisations sont justes et réalistes - Elles sont suffisamment précises pour déterminer l'allocation des ressources

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2. Conception d'une stratégie de marketing digital (suite et fin)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recensement des moyens nécessaires • Elaboration des budgets 	<p>C7. Identifier l'ensemble des moyens humains, techniques et financiers nécessaires à la réalisation d'une campagne de marketing digital, en vue d'élaborer les budgets de celle-ci.</p> <p>C8. Etablir un budget pour chacun des segments de la cible, en cohérence avec leur importance stratégique et les résultats attendus, en vue de communiquer les éléments pertinents au service du contrôle de gestion.</p>	<p>E2 – E3 – E5. (C1 à C8) <u>Étude de cas donnant lieu à une note de synthèse écrite remise au jury et présentée oralement à celui-ci.</u></p> <p>La note de synthèse présente la méthodologie d'analyse mise en œuvre par le candidat. Elle comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données analysées. - Une proposition de segmentation du marché. - L'identification et l'analyse des sources d'opportunités stratégiques. - Des préconisations relatives à la transformation digitale de l'entreprise et à sa stratégie marketing. <p>E1. (C1) L'évaluation est complétée par un questionnaire destiné à vérifier les savoirs théoriques du candidat en matière de marketing digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C7) : Cohérence de l'allocation des ressources <ul style="list-style-type: none"> - Les moyens humains, techniques et financiers nécessaires sont bien identifiés - Les propositions du candidat en termes d'allocation des moyens techniques sont justifiées - Ses propositions en termes d'allocation des ressources financières sont cohérentes • (C8) : Précision et réalisme du budget <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat démontre sa connaissance des principes budgétaires - Son appréciation des coûts est réaliste et justifiée - La construction des budgets est cohérente avec l'importance des cibles - Le candidat détermine avec précision les lignes budgétaires à surveiller en priorité - Sa présentation orale au jury est claire et convaincante • (C1) : 70% de bonnes réponses au questionnaire

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 2 : Conception d'un projet de transformation digitale en accord avec la stratégie marketing	<u>Contexte :</u> <i>Sur la base de sa contribution à la conception de la stratégie marketing, le manager de la stratégie marketing et digitale élabore l'organisation et les processus à mettre en place pour assurer son efficacité.</i>	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A3. Analyse systémique de l'organisation <ul style="list-style-type: none"> • Mise en évidence des processus internes • Analyse systémique • Identification des freins et des marges de progrès 	C9. Analyser les processus internes de l'entreprise en lien avec son marketing, en repérant les acteurs et parties prenantes de ces processus, afin d'identifier les éventuels points de blocage ou de frein à l'activité. C10. Identifier les principales marges de progrès à réaliser sur le plan organisationnel, en vue d'assurer l'efficacité de la stratégie marketing à mettre en œuvre.	E2 – E4 – E5. (C9 à C13) <u>Mise en situation professionnelle sur un projet consultant</u> Le candidat à la certification contribue à la conception d'un projet de transformation digitale d'une entreprise. Compte-rendu écrit intégré au mémoire final. Le candidat présente oralement au jury la méthode employée et les résultats de son action.	<ul style="list-style-type: none"> • (C9) Précision de l'analyse systémique <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a compris les principes de l'analyse systémique - Les processus internes sont décrits et analysés - Les rôles des parties prenantes sont précisés - Le candidat a bien repéré les freins à l'activité • (C10) Cohérence des préconisations <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat démontre une bonne appréciation des enjeux stratégiques - Il identifie des marges de progrès réalistes - Ses préconisations en matière de marketing stratégique sont bien justifiées - La présentation au jury est claire et convaincante

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A4. Reconfiguration des processus internes et externes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation • Documentation des processus digitalisés • Elaboration du cahier des charges <p>A5. Identification des systèmes, logiciels et ressources humaines nécessaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veille technologique • Choix des matériels • Elaboration du cahier des charges • Analyse compétences 	<p>C11. Définir et documenter les nouveaux processus à mettre en place, dans le respect des critères de qualité propres à l'entreprise, en vue de constituer le cahier des charges du projet de transformation digitale.</p> <p>C12. Spécifier les attendus techniques du cahier des charges en termes de matériels et de logiciels, en lien avec la direction des systèmes d'information, dans le but de compléter le cahier des charges du projet de transformation digitale.</p> <p>C13. Analyser les compétences disponibles, en vue de constituer et dimensionner les équipes utilisatrices de la nouvelle organisation digitale.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C9 à C13) <u>Mise en situation professionnelle sur un projet consultant</u></p> <p>Le candidat à la certification contribue à la conception d'un projet de transformation digitale d'une entreprise.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final.</p> <p>Le candidat présente oralement au jury la méthode employée et les résultats de son action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C11) : Sens de l'organisation <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat propose et décrit en détail les nouveaux processus à mettre en place</i> - <i>Il documente ces processus en accord avec la démarche qualité de l'entreprise</i> - <i>Ses propositions sont justifiées et rassemblées dans le cahier des charges du projet</i> • (C12) Précision des spécifications techniques <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat a su impliquer l'ensemble des acteurs concernés</i> - <i>Il a démontré son sens du dialogue avec les informaticiens</i> - <i>Les matériels et logiciels requis sont identifiés et recensés dans le cahier des charges du projet</i> • (C13) Précision de l'analyse des compétences <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat propose un organigramme de l'ensemble des ressources humaines nécessaires au fonctionnement de la nouvelle organisation</i> - <i>Il précise les compétences requises pour chacun des postes définis</i> - <i>Sa présentation au jury est claire et convaincante</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 3 : Planification et pilotage de la transformation digitale	<u>Contexte</u> : <i>Le manager de la stratégie marketing et digitale maîtrise les techniques et processus de la gestion de projet qui lui permettent d'assurer l'atteinte des objectifs dans les délais impartis et le respect des budgets.</i>	E2 : Travaux écrits E3 : Etude de cas E4 : Mise en situation professionnelle	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A6. Planification <ul style="list-style-type: none"> • Choix et mise en œuvre d'une méthodologie de gestion de projet • Découpage en sous-projets • Séquencement • Mise au point du calendrier de réalisation A7. Répartition des tâches et allocation des ressources <ul style="list-style-type: none"> • Organisation • Affectation des ressources humaines • Répartition des tâches 	<p>C14. Définir les sous-projets de la transformation digitale, en utilisant les outils numériques de planning, en vue d'établir un calendrier de réalisation dans le respect des délais impartis.</p> <p>C15. Répartir les tâches de réalisation, sur la base de l'analyse des compétences et en prenant en compte les situations de handicap, afin de constituer l'équipe opérationnelle du projet de transformation digitale.</p>	<p>E2 – E3 – E4 (C14 à C19) <u>Etude de cas et mise en situation professionnelle en centre de formation</u></p> <p>L'étude est menée en centre de formation, sur un projet proposé par une entreprise partenaire de l'EMLV.</p> <p>Le candidat planifie le projet, répartit les ressources, conçoit des tableaux de bord de suivi et établit un budget prévisionnel</p> <p>Son rapport écrit est remis jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C14) Cohérence de la planification <ul style="list-style-type: none"> - <i>La méthodologie de gestion de projet choisie est explicite et justifiée</i> - <i>Le candidat maîtrise les outils numériques de planification</i> - <i>Son découpage en sous-projets est cohérent</i> - <i>Le calendrier proposé est réaliste</i> • (C15) Précision dans la répartition des tâches <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat propose un organigramme de l'ensemble des ressources humaines nécessaires à la réalisation du projet</i> - <i>Il précise les compétences requises pour chacun des postes définis</i> - <i>Le projet est réaliste en termes de ressources humaines</i> - <i>Il est clairement détaillé dans le rapport écrit remis au jury</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A8. Mise en place des tableaux de bord</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition des indicateurs • Constitution des tableaux de bord de suivi • Détection et analyse des écarts <p>A9. Elaboration et suivi des budgets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chiffrage des coûts • Construction budgétaire • Mise en place des alertes • Conception et mise en œuvre des mesures correctives 	<p>C16. Définir les indicateurs de suivi du projet de transformation digitale, dans le but de constituer des tableaux bords de contrôle en temps réel.</p> <p>C17. Mettre en place les tableaux de bord de suivi et les procédures de renseignement afférentes, de façon à impliquer les parties prenantes du projet dans sa réalisation et dans la détection d'éventuels écarts.</p> <p>C18. Identifier et chiffrer la totalité des ressources humaines, techniques et financières nécessaires à la réalisation du projet de transformation digitale, dans le but de construire le budget initial de l'opération.</p> <p>C19. Définir des alertes en concertation avec le contrôle de gestion de l'entreprise, afin d'assurer le suivi des dépenses et de mettre en place en temps réel les mesures correctives adaptées.</p>	<p>E2 – E3 – E4 (C14 à C19) <u>Étude de cas et mise en situation professionnelle en centre de formation</u></p> <p>L'étude est menée en centre de formation, sur un projet proposé par une entreprise partenaire de l'EMLV.</p> <p>Le candidat planifie le projet, répartit les ressources, conçoit des tableaux de bord de suivi et établit un budget prévisionnel</p> <p>Son rapport écrit est remis jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C16, C17) Efficience des tableaux de bord <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat démontre sa maîtrise des principes du pilotage</i> - <i>Les indicateurs de suivi du projet sont cohérents</i> - <i>Les tableaux de bord sont bien structurés et adaptés à l'analyse des écarts</i> - <i>Le candidat a défini les procédures d'alimentation des tableaux de bord par les parties prenantes</i> • (C18, C19) Précision de la construction budgétaire <ul style="list-style-type: none"> - <i>La méthodologie choisie est explicite et cohérente</i> - <i>La totalité des ressources est prise en compte</i> - <i>Le chiffrage des coûts est réaliste et justifié</i> - <i>Le candidat démontre sa maîtrise des principes du contrôle de gestion</i> - <i>Il a su dialoguer avec la direction financière</i> - <i>Le budget prévisionnel est présenté en détails dans son rapport écrit</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 4 : Accompagnement du changement par le management digital	<u>Contexte</u> : <i>Le métier de manager de la stratégie marketing et digitale comporte une dimension managériale très importante, qui s'exerce en grande partie par l'utilisation des outils collaboratifs et des méthodes de management digital.</i>	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A10. Choix et mise en œuvre des outils collaboratifs <ul style="list-style-type: none"> • Choix et mise en œuvre des outils de travail collaboratif • Conduite de réunions • Accompagnement 	<p>C20. Choisir des outils de travail collaboratif les mieux adaptés au projet de transformation digitale, en prenant soin d'impliquer les utilisateurs du futur SI marketing et ressources humaines, dans le but d'assurer une bonne communication sur le projet au sein de l'entreprise.</p> <p>C21. Créer un climat de confiance et de coopération au sein des équipes et parties prenantes du projet, dans le but d'obtenir l'adhésion des utilisateurs internes aux nouveaux processus de travail mis en place.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C20 à C26) <u>Mise en situation professionnelle sur le projet consultant</u></p> <p>Le candidat contribue par son action à l'accompagnement de la transformation digitale dans une entreprise.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final et présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C20, C21) Aptitude au travail collaboratif <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat connaît les pratiques et outils de travail collaboratif</i> - <i>La mise en œuvre a convaincu les parties prenantes</i> - <i>Les comptes-rendus de réunions sont précis et complets</i> - <i>Le candidat présente les résultats de son action en termes de climat de confiance et de partage de l'information au sein des équipes</i>
A11. Réalisation des points d'étapes <ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre des outils de partage d'information • Suivi de projet • Accompagnement 	<p>C22. Systématiser les points d'étapes de réalisation en mettant les parties prenantes à contribution à l'aide des outils numériques, afin de profiter au maximum des remontées d'information sur les difficultés rencontrées.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • (C22) Précision des points d'étapes <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les points d'étapes sont suivis de comptes-rendus complets et précis</i> - <i>La diffusion des comptes-rendus auprès des parties prenantes est réalisée et justifiée</i> - <i>Les difficultés rencontrées sont recensées et analysées</i> - <i>Le candidat démontre sa capacité d'écoute des parties prenantes</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A12. Amélioration continue</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constitution de panels utilisateurs • Concertation avec les parties prenantes externes • Amélioration par boucles d'itération • Communication et accompagnement du changement • Capitalisation de l'expérience acquise 	<p>C23. Interagir avec un panel d'utilisateurs internes en vue de définir par itérations successives les correctifs à apporter au projet de transformation digitale.</p> <p>C24. Interagir avec un panel de clients et/ou parties prenantes externes en vue de définir par itérations successives les correctifs à apporter au projet de transformation digitale.</p> <p>C25. Accompagner le changement en concertation avec l'ensemble des parties prenantes du projet, grâce à une communication adaptée, dans le but de renforcer le niveau d'adaptation et d'adhésion à la nouvelle organisation de l'entreprise.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C20 à C26) <u>Mise en situation professionnelle sur le projet consultant</u></p> <p>Le candidat contribue par son action à l'accompagnement de la transformation digitale dans une entreprise.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final et présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C23, C24) Savoir-faire dans la conduite de panels <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat a su constituer des panels utilisateurs/clients adaptés à la conduite du projet</i> - <i>Ses comptes-rendus de réunion sont précis et complets</i> - <i>La communication des résultats des panels est assurée</i> - <i>Le candidat capitalise les informations obtenues dans un but d'amélioration continue</i> • (C25) Aptitude à la communication <ul style="list-style-type: none"> - <i>Tout au long de son action, le candidat a démontré sa capacité à échanger avec toutes les parties prenantes du projet de transformation digitale</i> - <i>Il rend compte au jury de son action et de la levée des principaux obstacles</i> - <i>La présentation orale au jury est claire, structurée et convaincante</i> - <i>Les réponses aux questions du jury sont bien argumentées</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A13. Prise en compte des situations de handicap</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des situations utilisateurs • Identification des difficultés d'accès • Conception d'interfaces numériques adaptés • Définition des solutions adaptées aux situations de handicap 	<p>C26. Intégrer les principes d'inclusivité et d'accessibilité dans la conception des processus de l'organisation marketing, en prenant en compte les recommandations du RGAA (*), afin que les solutions techniques retenues et les interfaces permettent une utilisation accessible à tous les utilisateurs.</p> <p>(*) Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C20 à C26) <u>Mise en situation professionnelle sur le projet consultant</u></p> <p>Le candidat contribue par son action à l'accompagnement de la transformation digitale dans une entreprise.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final et présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C26) Qualité de l'inclusion handicap <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat a analysé les accès et interfaces au regard de différentes situations de handicap</i> - <i>L'application du RGAA est conforme aux situations étudiées</i> - <i>La notion de conception universelle est connue et judicieusement mise en œuvre</i> - <i>Le candidat présente des propositions réalistes pour la prise en compte des utilisateurs en situation de handicap dans l'exécution des actions marketing</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 5 : Analyse des résultats de la transformation digitale et capitalisation	<i>Contexte : Le manager de la stratégie marketing et digitale mesure l'efficacité de celle-ci dans tous ses aspects économiques, sociaux et environnementaux. Il fournit aux responsables de l'entreprise des éléments objectifs d'appréciation des progrès accomplis.</i>	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des « soft skills » lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A14. Analyse concurrentielle <ul style="list-style-type: none"> • Définition des indicateurs • Analyse concurrentielle • Présentation des résultats A15. Analyse organisationnelle <ul style="list-style-type: none"> • Définition des indicateurs • Analyse organisationnelle • Présentation des conclusions 	<p>C27. Définir des indicateurs de performance mesurables dans le but de mettre en évidence l'impact du projet sur la position concurrentielle de l'entreprise grâce à la transformation de ses modes d'action sur le marché.</p> <p>C28. Analyser les transformations induites par le projet dans l'organisation et les processus de l'entreprise, en vue de préciser le contexte dans lequel peut être évaluée la rentabilité de l'investissement.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C27 à C30) <u>Mise en situation professionnelle sur le projet consultant</u></p> <p>Le candidat contribue par son action à l'accompagnement de la transformation digitale dans une entreprise.</p> <p>Il analyse les résultats du projet digital auquel il a participé.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final et présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C27) Qualité de l'analyse concurrentielle <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a défini des indicateurs adaptés à l'analyse de la position concurrentielle - Il démontre à l'aide de ces indicateurs l'impact positif de la transformation digitale des processus marketing - Il présente les résultats sous forme de schémas convaincants • (C28) Qualité de l'analyse organisationnelle <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a défini des indicateurs adaptés à l'analyse des processus organisationnels - Il démontre à l'aide de ces indicateurs l'impact de la transformation digitale sur les processus d'entreprise - Il présente les résultats qualitatifs de la transformation digitale sur l'ensemble des processus qui en ont bénéficié

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A16. Analyse de la rentabilité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse de rentabilité • Justification des ratios utilisés • Estimation des gains par rapport à la situation antérieure 	<p>C29. Analyser la rentabilité du projet de transformation digitale en prenant en compte l'ensemble des données socio-économiques et les résultats obtenus en termes de conquête et de fidélisation de nouveaux clients.</p>	<p>E2 – E4 – E5. (C27 à C30) <u>Mise en situation professionnelle sur le projet consultant</u></p> <p>Le candidat contribue par son action à l'accompagnement de la transformation digitale dans une entreprise.</p> <p>Il analyse les résultats du projet digital auquel il a participé.</p> <p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final et présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C29) Précision de l'analyse de rentabilité <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat a défini des indicateurs adaptés à l'analyse de la rentabilité</i> - <i>Il démontre à l'aide de ces indicateurs l'impact de la transformation digitale sur ses résultats</i> - <i>Il présente un chiffrage des gains obtenus du fait de la digitalisation, en prenant en compte les coûts afférents</i>
<p>A17. Evaluation des impacts sociaux et environnementaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition des indicateurs • Analyse économique et sociale • Analyse environnementale • Présentation des résultats 	<p>C30. Mesurer les impacts économiques, sociaux et environnementaux de la transformation digitale, en s'appuyant sur les indicateurs prédéfinis, en vue de constituer les principaux éléments d'évaluation des actions mises en œuvre au regard des impératifs du développement durable.</p>	<p>Compte-rendu écrit intégré au mémoire final et présentation orale devant le jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C30) Qualité de la modélisation monétaire <ul style="list-style-type: none"> - <i>La méthodologie choisie est explicite et cohérente</i> - <i>Le chiffrage des impacts sociaux et environnementaux est correct au regard de la méthodologie mise en œuvre</i> - <i>Le candidat situe bien ses résultats dans l'ensemble de l'activité économique</i> - <i>La présentation orale au jury est claire, structurée et convaincante</i> - <i>Les réponses aux questions du jury sont bien argumentées</i>

Manager de la stratégie marketing et digitale – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

MODALITES D'EVALUATION

E1 : Questionnaire

(Epreuve écrite en temps limité, questions ouvertes ou fermées)

E2 : Travaux écrits

(Notes de synthèse relatives aux études de cas, rapport de stage)

E3 : Etude de cas

(Les études de cas supports des évaluations sont proposées par les entreprises partenaires de l'EMLV)

E4 : Mise en situation professionnelle

(Sur études de cas en centre de formation, ou sur projet consultant mené pour le compte d'une entreprise)

E5 : Présentation orale devant le jury

(Présentation orale individuelle)

Les modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction des situations des personnes handicapées (Charte handicap & accessibilité de l'EMLV).

BLOCS DE COMPETENCES

Les compétences évaluées sont réparties en cinq blocs :

1. Analyser les données de marché en vue de concevoir une stratégie de marketing digital
2. Concevoir un projet de transformation digitale de l'entreprise en accord avec sa stratégie marketing
3. Planifier et piloter la transformation digitale de l'entreprise en démarche projet
4. Accompagner le changement et les équipes opérationnelles par le management digital
5. Analyser les résultats de la transformation digitale et capitaliser sur l'expérience

La validation des cinq blocs de compétences est obligatoire pour l'obtention du titre.

La validation partielle d'un bloc n'est pas possible. La validation partielle de la certification est constituée des blocs dont la totalité des compétences à évaluer est reconnue.