

En alternance

Formation Bac +5

Mastère Manager Marketing Digital et Smart Data

Formation accessible **directement en Mastère 2**



VOLUME HORAIRE
850h sur 2 ans



RYTHME
3 SEMAINES ENTREPRISE
/ 1 SEMAINE ÉCOLE



RENTÉE
OCTOBRE 2025



TITRE RNCP DE NIVEAU 7 RECONNU PAR L'ÉTAT

Titre certifié de niveau 7 : [RNCP38586](#)

La formation délivre également, sur passage d'examens, la certification officielle PSPO I Professional Scrum Product Owner.

Un manager du marketing et de la smart data est un acteur clé de la transformation digitale des entreprises. Dans un contexte où les données sont devenues un levier stratégique de création de valeur, il pilote des projets à l'interface entre la tech, le marketing et la data.

Ce professionnel combine une solide compétence en gestion de projet avec une expertise approfondie dans l'analyse des données, la segmentation client, le ciblage comportemental, la personnalisation des parcours et la mesure de la performance des actions marketing.

Les enjeux sont multiples : dans un environnement ultra-concurrentiel, volatil et saturé d'informations, les entreprises doivent être capables de prendre des décisions marketing rapides, précises et fondées sur des données fiables. C'est là qu'intervient le manager marketing & smart data : il structure la collecte, l'exploitation et l'activation des données clients pour améliorer l'expérience utilisateur, augmenter la rentabilité des campagnes, anticiper les comportements d'achat et optimiser la stratégie globale de l'entreprise.

Ses compétences sont particulièrement recherchées dans les secteurs du e-commerce, de la grande consommation, des services digitaux, de la fintech, du luxe ou encore de la santé, où la maîtrise des données permet de prendre un avantage compétitif majeur. En résumé, ce profil hybride, à la fois analytique et orienté business, est au cœur des nouvelles pratiques marketing et constitue un levier essentiel de croissance, d'innovation et de performance durable.

Le marché

80%

des professionnels du marketing déclarent que l'utilisation avancée des données est un levier essentiel pour améliorer l'expérience client et la personnalisation (source : Salesforce, State of Marketing 2024)

90 MDS \$

Le marché mondial de la smart data appliquée au marketing est estimé à plus de 90 milliards de dollars en 2025, avec une croissance annuelle de près de 20 % (source : MarketsandMarkets).

23x

Les entreprises data-driven sont 23 fois plus susceptibles d'acquérir de nouveaux clients et 6 fois plus susceptibles de conserver leurs clients que celles qui ne le sont pas (source : McKinsey & Company).

Les débouchés

Les secteurs qui recrutent ces professionnels sont multiples : de la tech et des start-ups innovantes aux grandes entreprises, de la finance à la santé, l'e-commerce mais aussi l'industrie plus traditionnelle qui opère une transition digitale et bien d'autres.

- 👉 Manager de Projet marketing Digital
- 👉 Project Management Officer
- 👉 Product Owner
- 👉 Consultant PMO

Les compétences visées

✅ Définir une vision marketing claire et alignée avec la mission business

Le Manager Marketing Digital et Smart Data élabore une vision stratégique qui traduit les objectifs business en ambitions marketing concrètes. Il ou elle s'assure que chaque action marketing soutient la croissance, la différenciation et la création de valeur, tout en répondant aux attentes du marché et aux besoins des clients.

✅ Construire une roadmap d'actions marketing activables rapidement

À partir de cette vision, le manager conçoit une feuille de route opérationnelle, priorisant les leviers les plus efficaces à court et moyen terme. Il pilote des plans d'actions agiles, mesurables et orientés résultats, capables de générer un impact rapide tout en restant alignés avec la stratégie long terme.

✅ Orchestrer une stratégie omnicanale pour capter, convertir et fidéliser

Grâce à une maîtrise des canaux digitaux et data-driven, le manager met en place une stratégie marketing omnicanale intégrée. Il structure des parcours clients fluides et personnalisés, de l'acquisition à la fidélisation, en s'appuyant sur les données pour optimiser chaque interaction et maximiser le ROI.

✅ Booster une team marketing engagée et orientée performance

Le Manager Marketing est aussi un leader inspirant : il anime, motive et fait monter en compétences son équipe. En cultivant une culture de la performance, de la collaboration et de l'innovation, il transforme le marketing en un moteur de croissance puissant, orienté résultats et centré client.

Les + de la formation

👉 Formation unique en France

Ce programme couvre tous les aspects de la gestion de produits digitaux, de la conception à la mise sur le marché, vous préparant à relever les défis de demain.

👉 Expertise transversale

Stratégie produit, marketing, prototypage, design UX/UI, gestion des données et leadership pour transformer des idées innovantes en succès commerciaux.

👉 Enseignement avancé

Intégration de l'analyse de données et des outils d'intelligence artificielle pour améliorer l'efficacité et la productivité.

L'IA au cœur de notre formation pour vous préparer au futur de votre secteur

👉 Outils et technologies de l'IA

Introduction aux principaux outils et technologies utilisés dans le domaine de l'IA (ChatGpt, Mistral.ai, Midjourney, Heygen, etc.).

👉 Éthique et impact sociétal

Comprendre les impacts de l'IA sur la société et apprendre à l'utiliser de manière responsable

en complément d'applications métiers concrètes (configuration, analyse, détection d'incidents...)

Le programme

🕒 VOLUME HORAIRE : 850H SUR DEUX ANS

Mastère 1

EXPERTISE, MANAGEMENT DE PROJET ET D'ÉQUIPE

ANALYSER LE MARCHÉ ET SES ENJEUX

- Comprendre et analyser la stratégie marketing
- Manager la marque
- Manager le produit et l'innovation
- Comprendre les enjeux du webmarketing (dont E-Commerce)

PILOTER UN PROJET MARKETING DIGITAL ET SMART DATA

Manager un projet : L'organisation de l'AMOA dans un contexte Agile

- Management de projet avec la méthode Lean Six Sigma®
- Modélisation des processus
- Transformation digitale : enjeux pour l'entreprise
- Cadre juridique du RGPD : réglementation, CNIL, données personnelles, traitements, sécurité
- Acquérir des bases de finance pour non financiers
- S'initier à la construction du business plan
- Construire un tableau de bord opérationnel des actions marketing et communication (KPI's)
- Coordination de l'activité d'une équipe projet : sourcing, RH, EAP
- Études de coût d'un projet – évaluation, critères délai/qualité, ROI
- Utiliser les leviers du référencement SEO SEA Niveau 1

ÉLABORER UN PLAN D'ACTION MARKETING DIGITAL ET SMART DATA

- Élaborer et déployer le plan marketing et communication
- Gérer le parcours client
- Développer ses compétences de négociation
- Optimiser la gestion de la relation client (CRM – BIG DATA)
- Gérer les relations avec les prestataires (agences...)
- Gestion des risques – identifier, évaluer, traiter, piloter, gérer
- Composantes d'un projet – performance, coûts, délais, risques
- Management du SI – Stratégie, SWOT, budget, charges activité, rentabilité...

ÉLABORER UNE RECOMMANDATION MARKETING DIGITAL ET SMART DATA

- Analyser l'actualité économique
- Construire sa veille documentaire
- Réaliser des études de marché

Mastère 2

STRATÉGIE, PRISE DE DÉCISION ET LEADERSHIP

ÉLABORER LA STRATÉGIE MARKETING DE L'ENTREPRISE

- Veille stratégique dans les domaines sectoriel, concurrentiel et médiatique
- Exploration des tendances du marché et exploitation des opportunités
- Stratégies de différenciation et de développement sur le marché
- Conception de la stratégie marketing alignée sur les valeurs

CONCEVOIR UN PLAN D'ACTIONS MARKETING

- Identification des axes stratégiques
- Application opérationnelle des stratégies marketing et d'acquisition (pay-per-click, référencement, storytelling, inbound marketing, marketing d'influence, campagnes d'acquisition, campagnes push and pull,...)
- Direction stratégique des outils de gestion en marketing
- Dispositif de suivi et d'évaluation pour le plan d'actions
- Référentiel COBIT – Gouvernance du SI, concepts, principes, leviers, PAM
- Tests et acceptance produit

PILOTER LA STRATÉGIE MARKETING OMNICANALE

- Mesure de la réussite de la stratégie marketing
- Profilage de la base clients
- Personnalisation de contenu pour une approche segmentée
- Déploiement stratégique (leviers on site et off site, UX, UI, merchandising, gestion des prestataires)
- Initiation à HTML, JSON et SQL
- Panorama des CRM Salesforce et Hubspot
- Big Data : Initiation au Langage R avec Hadoop
- DataVisualization avec Microsoft Power BI
- Analytics agile avec Tableau software

MANAGER UNE ÉQUIPE MARKETING

- Leadership agile
- Structuration et évolution de l'équipe
- Gestion et optimisation de la performance des équipes
- Conduite des entretiens professionnels et entretiens annuels d'appréciation
- Design Sprint et ateliers Vision Produit
- LEAN, AGILITÉ et SCRUM
- Liberating Structures

Formation disponible sur nos campus

Paris – Lille – Rennes – Lorient – Bordeaux



Programme détaillé,
conditions d'admission
et plus d'infos sur la formation :
ecole-pmn.fr

Contact

admissions@ecole-pmn.fr
01 55 70 80 90

