

2025



ANALYSE DES COMPÉTENCES EN MARKETING DIGITAL



Basé sur l'analyse de plus de 350 professionnels du secteur

Avril 2025

Site web interactif : <https://ctsgnghbh.manus.space>

Sommaire

INTRODUCTION	01	ANALYSE PAR PROFIL	04
PROFIL DES RÉPONDANTS	02	INSIGHTS CLÉS ET RECOMMANDATIONS	05
ANALYSE DES COMPÉTENCES	03	CONCLUSION	06



INTRODUCTION



« La connaissance de soi est le début de toute sagesse » — Aristote

Ce rapport présente les résultats d'une analyse approfondie des compétences en marketing digital, basée sur un test réalisé auprès de plus de 300 professionnels du secteur.

L'objectif ? Identifier avec précision les forces et faiblesses par profil, déterminer les besoins en formation et dégager des tendances générales du secteur.

L'analyse a porté sur cinq compétences principales :

- Collecter et Analyser les données
- Appréhender les canaux organiques
- Accompagner son client
- Opérer les canaux performance
- Environnement Affiliation

Chacune de ces compétences a été évaluée à travers plusieurs sous-compétences, permettant une analyse granulaire des résultats. Les données démographiques collectées incluent la société, le statut d'adhérent CPA, le niveau de séniorté, la fonction et la typologie d'acteur, offrant ainsi une vision complète des profils des répondants.

PROFIL DES RÉPONDANTS

« Connaître son audience est la première étape vers l'excellence »



QUI SONT LES PROFESSIONNELS ÉVALUÉS ?

Répartition par typologie d'acteur

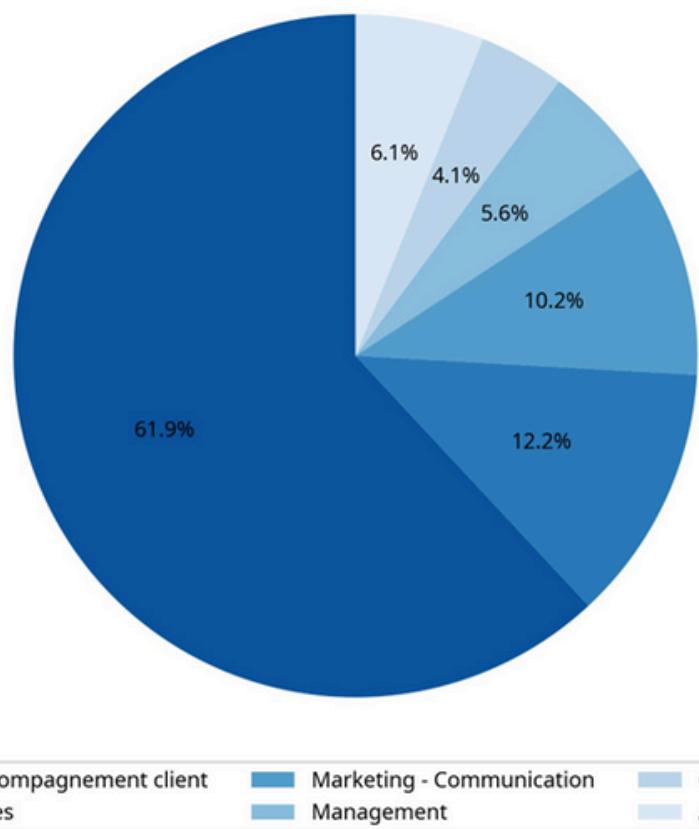


Figure 1: L'accompagnement client représente près de 60% des répondants

PROFIL DES RÉPONDANTS

QUI SONT LES PROFESSIONNELS ÉVALUÉS ?

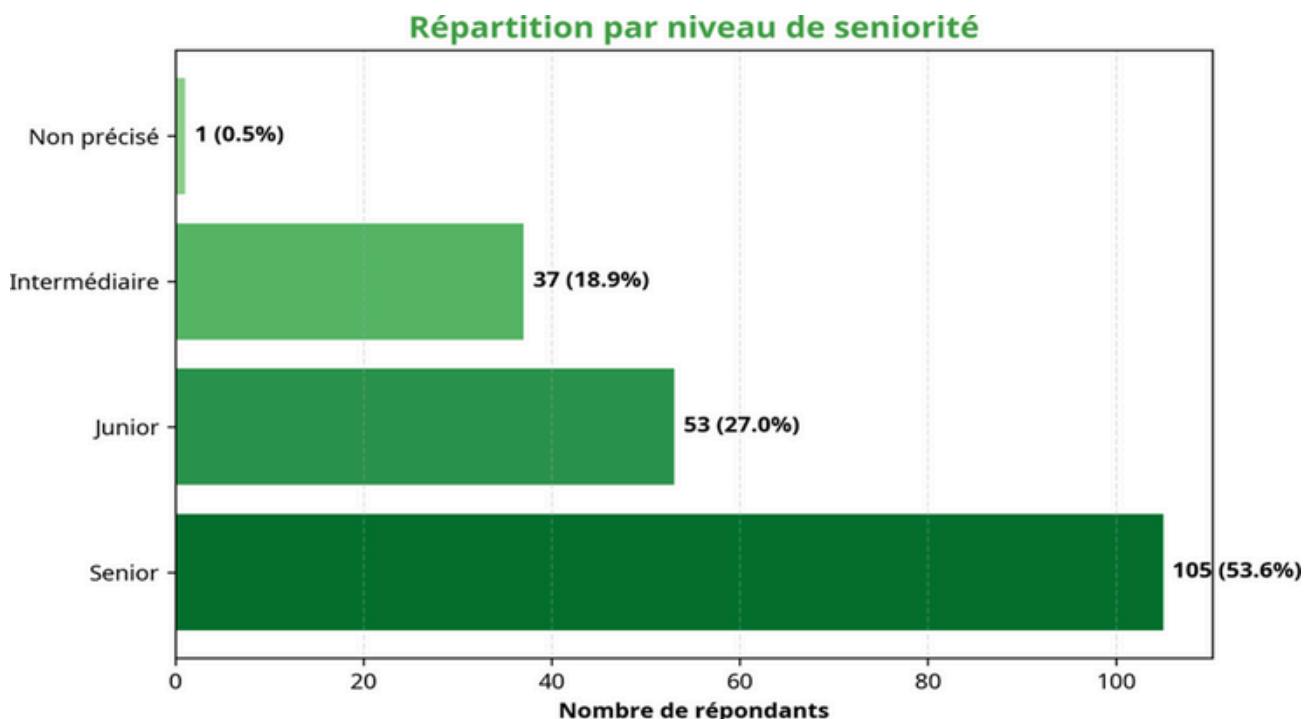


Figure 2: Les seniors dominent l'échantillon avec 53% des répondants

CE QU'IL FAUT RETENIR :

- L'accompagnement client domine largement l'échantillon (60%), suivi par les profils Sales (12%) et Marketing-Communication (10%)
- Les seniors représentent plus de la moitié des répondants (53%), ce qui permet d'analyser l'impact de l'expérience sur les compétences
- Les principales entreprises représentées sont Kwanko, Effinity et Affilae, reflétant une bonne diversité des acteurs du secteur. Cette répartition nous offre une base solide pour analyser les différences de compétences entre les divers profils professionnels et niveaux d'expérience.

ANALYSE DES COMPÉTENCES

« Ce qui se mesure s'améliore »
— Peter Drucker



VUE D'ENSEMBLE DES COMPÉTENCES

PANORAMA DES COMPÉTENCES

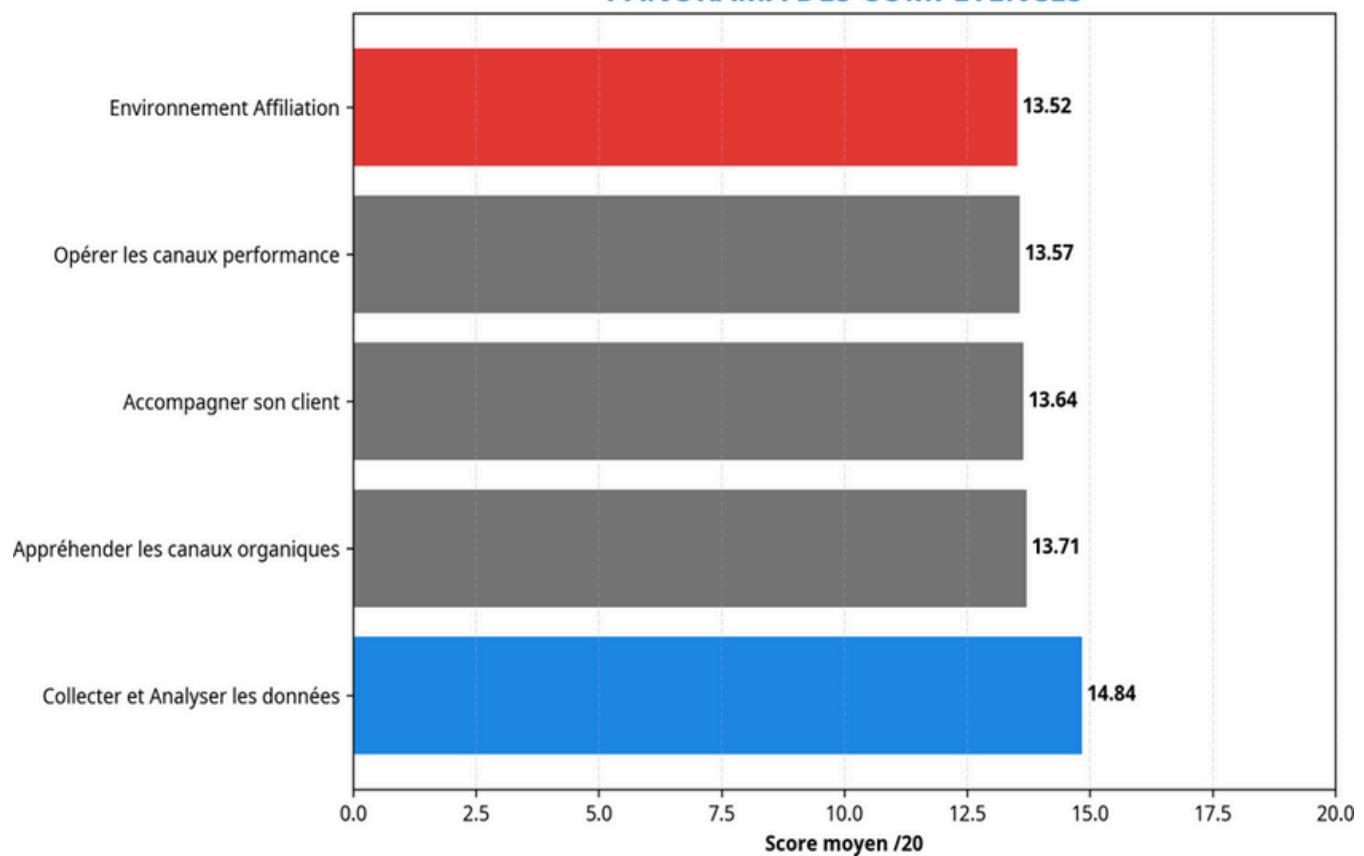


Figure 3 : La data est la compétence la mieux maîtrisée, l'affiliation la plus faible

ANALYSE DES COMPÉTENCES

FORCES ET FAIBLESSES DÉTAILLÉES

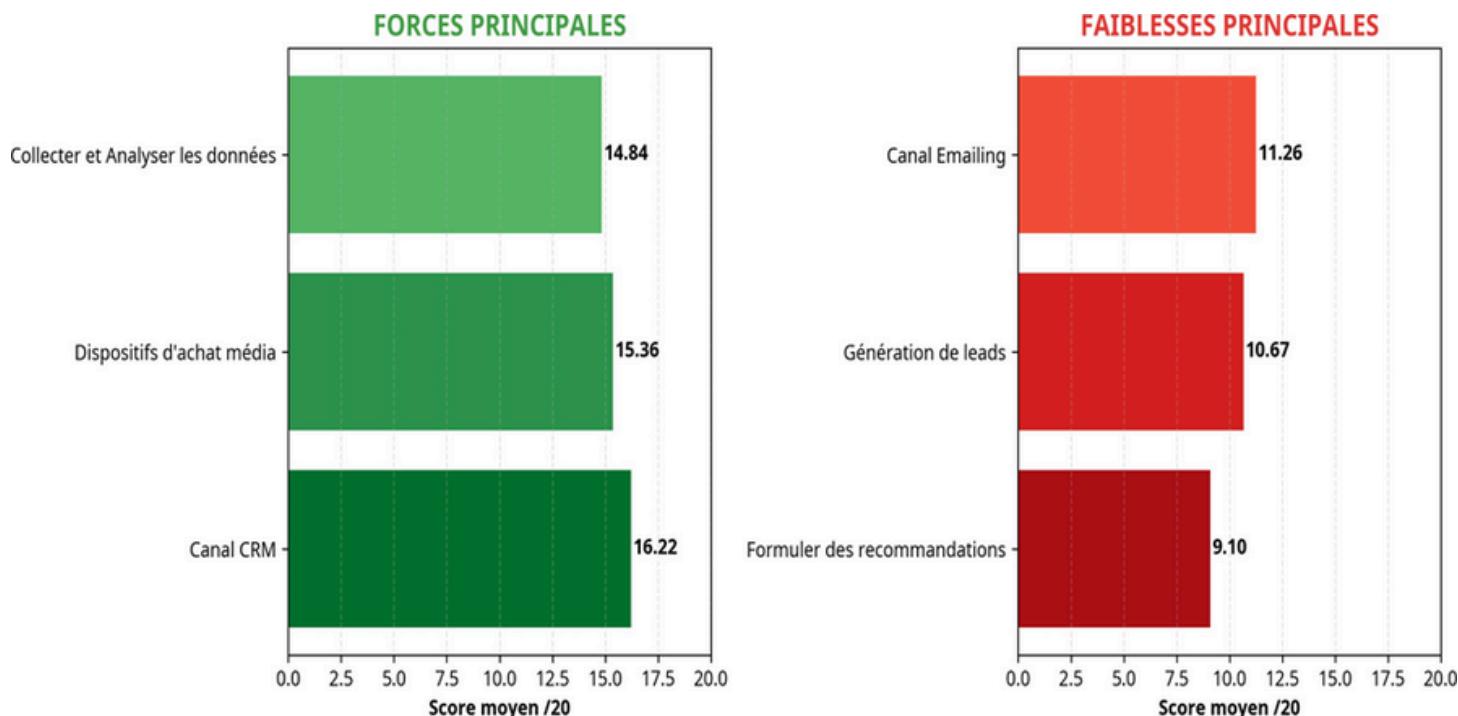


Figure 4 : Un écart de 7 points entre la meilleure et la pire sous-compétence

CE QU'IL FAUT RETENIR :

- La data règne en maître : "Collecter et Analyser les données" est la compétence la mieux maîtrisée (14,84/20), reflétant l'importance croissante de la data dans le marketing digital
- L'affiliation, parent pauvre : "Environnement Affiliation" présente le score le plus faible (13,52/20), bien que l'écart entre les différentes compétences reste modéré
- Le CRM, champion des sous-compétences : "Canal CRM" (16,22/20) et "Dispositifs d'achat média" (15,36/20) sont les points forts des professionnels
- Alerte rouge sur les recommandations : "Formuler des recommandations" (9,10/20) et "Génération de leads" (10,67/20) sont les faiblesses majeures identifiées.

Ces résultats mettent en lumière des besoins spécifiques en formation pour améliorer les compétences les plus faibles, tout en capitalisant sur les forces existantes.

ANALYSE PAR PROFIL

« Chaque métier a ses propres défis et forces »



QUELS PROFILS EXCELLENT ?

CLASSEMENT PAR PROFIL PROFESSIONNEL

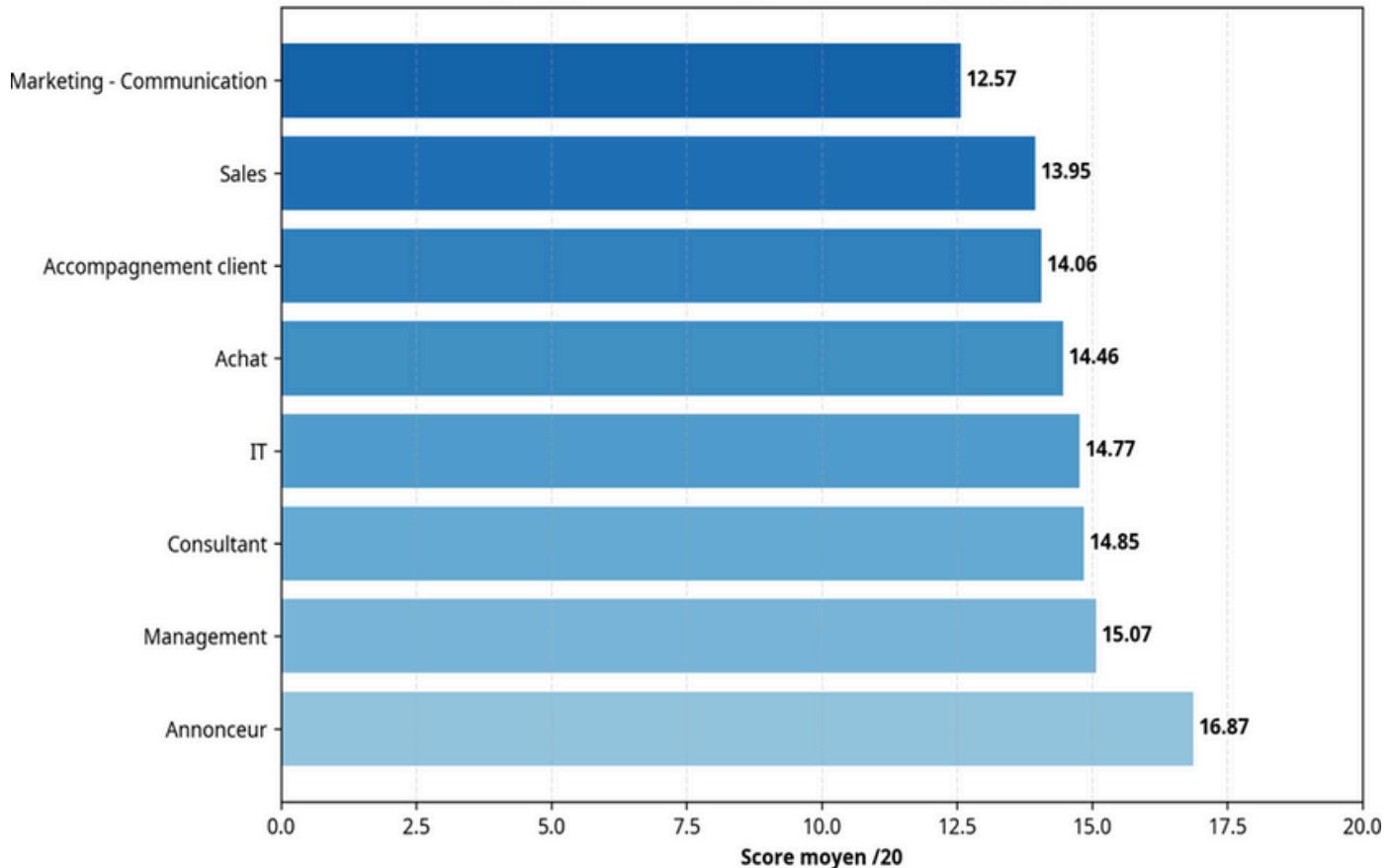


Figure 5: Les annonceurs en tête, les profils marketing-communication à la traîne

ANALYSE PAR PROFIL

QUELS PROFILS EXCELLENT ?

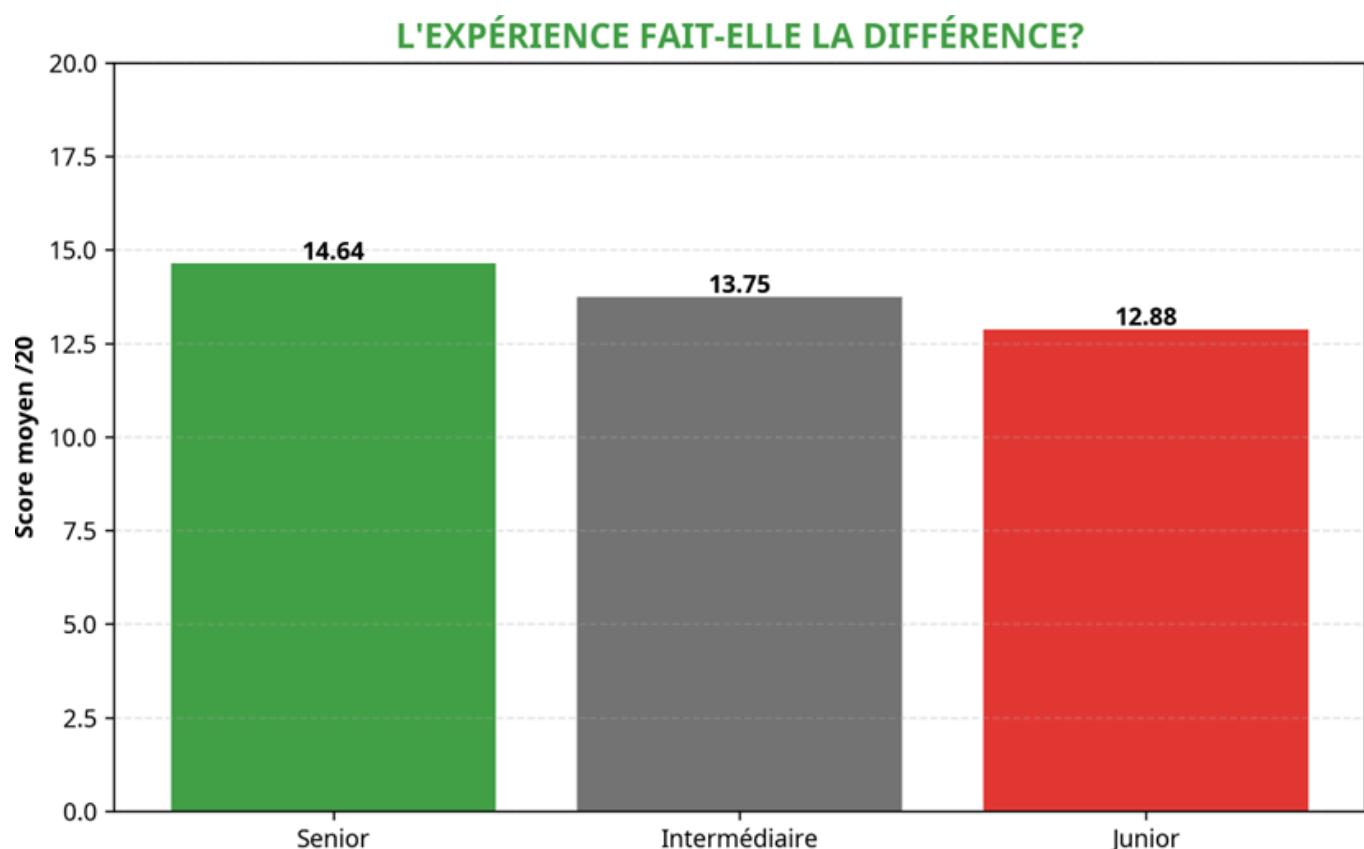


Figure 6 : Un écart de 1,76 points entre seniors et juniors

ANALYSE PAR PROFIL

ANALYSE COMPARATIVE DES PROFILS

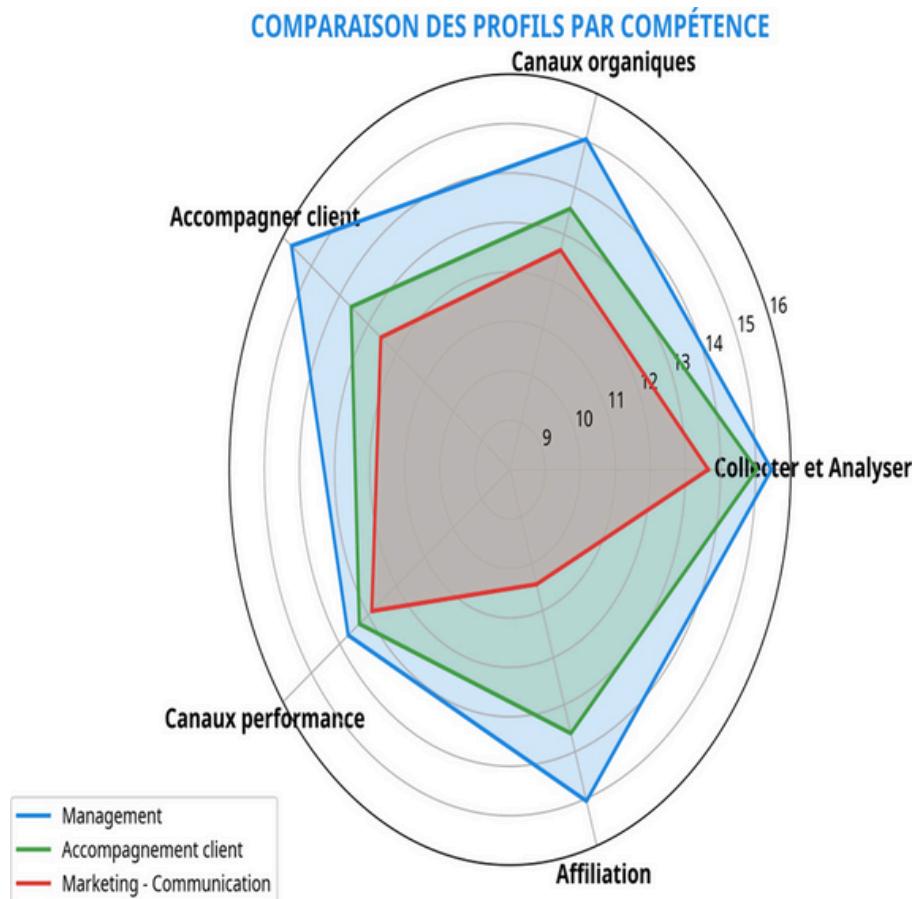


Figure 7 : Chaque profil a son propre pattern de forces et faiblesses

DÉCRYPTAGE DES PROFILS :

- Les annonceurs au sommet : Avec un score moyen de 16,87/20, ils surpassent tous les autres profils, probablement grâce à leur vision globale du marketing digital
- Management et consultants : Excellentes performances (15,07/20 et 14,85/20), particulièrement dans l'accompagnement client et la collecte de données
- Marketing-Communication en difficulté : Score moyen de 12,57/20, avec une faiblesse marquée dans l'environnement d'affiliation (10,44/20)
- L'expérience compte : L'écart de 1,76 points entre seniors et juniors confirme l'importance de l'expérience dans le développement des compétences
- Des patterns distincts : Le graphique radar révèle que chaque profil a ses propres forces et faiblesses, suggérant des besoins en formation différenciés



INSIGHTS CLÉS ET RECOMMANDATIONS

« La connaissance n'est utile que si elle mène à l'action »



OÙ CONCENTRER LES EFFORTS DE FORMATION ?

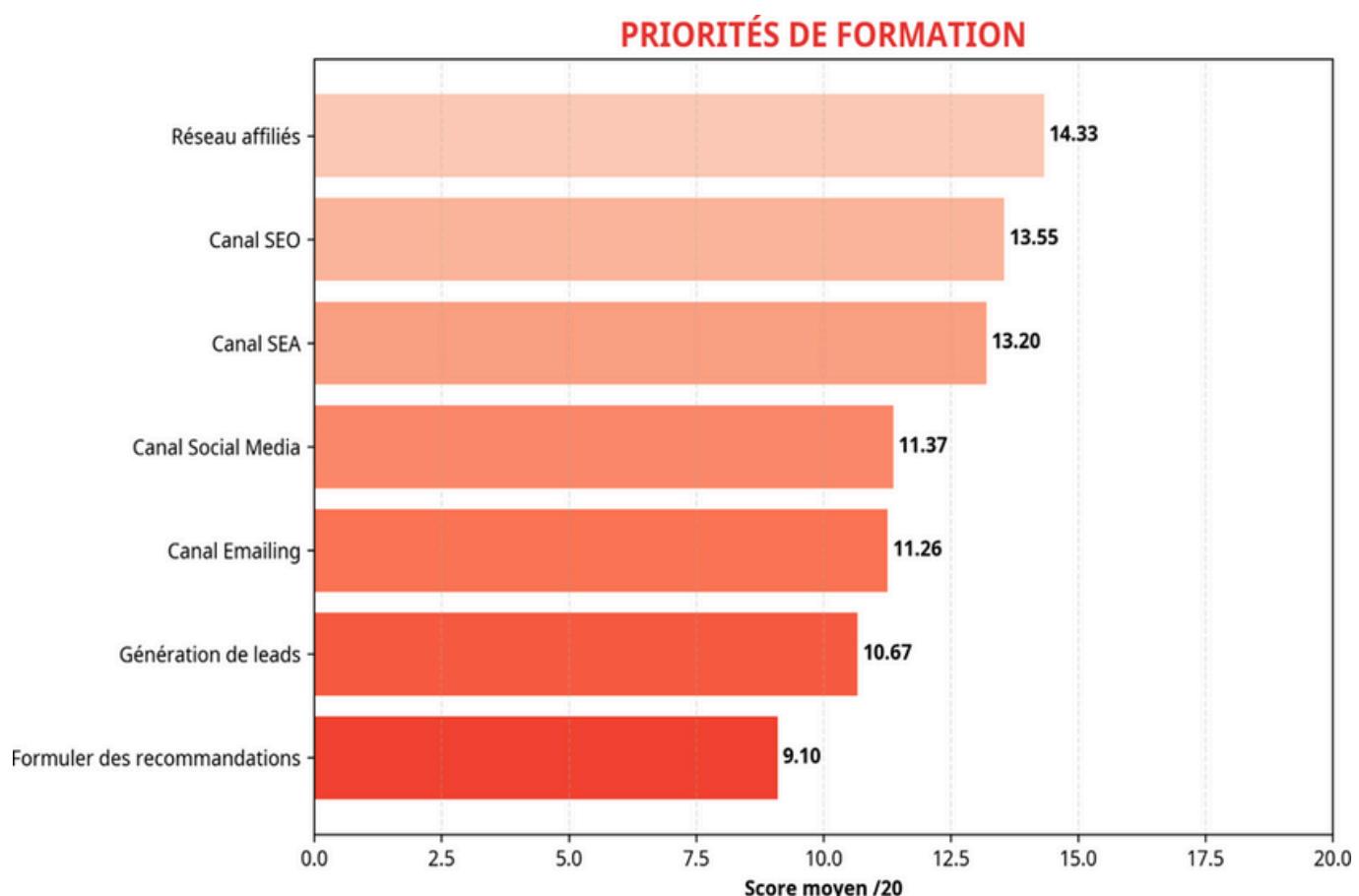


Figure 8: Les compétences stratégiques sont les plus faibles



INSIGHTS CLÉS ET RECOMMANDATIONS

PLAN D'ACTION PAR PROFIL

PROFIL	RECOMMANDATION PRIORITAIRE
Marketing - Communication	Formation approfondie sur l'environnement d'affiliation (10,44/20)
Sales et Accompagnement client	Renforcement des compétences sur les canaux performance (12,82/20)
Juniors	Programme complet sur les fondamentaux et mentorat par les seniors
Tous profils	Développement des compétences en formulation de recommandations (9,10/20)

ACTIONS CONCRÈTES À METTRE EN ŒUVRE :

1. Développer un programme de formation sur la formulation de recommandations stratégiques

Cette compétence, la plus faible tous profils confondus (9,10/20), est pourtant cruciale pour transformer les données en actions concrètes.

2. Mettre en place des formations ciblées par profil professionnel

Particulièrement pour les équipes Marketing-Communication qui présentent le plus fort potentiel d'amélioration.

3. Implémenter un système de mentorat entre seniors et juniors

Pour accélérer le développement des compétences, particulièrement dans les domaines où l'écart est le plus important.

4. Adapter les stratégies de recrutement

Constituer des équipes aux compétences complémentaires, en capitalisant sur les forces identifiées par profil.

5. Développer un programme de formation continue

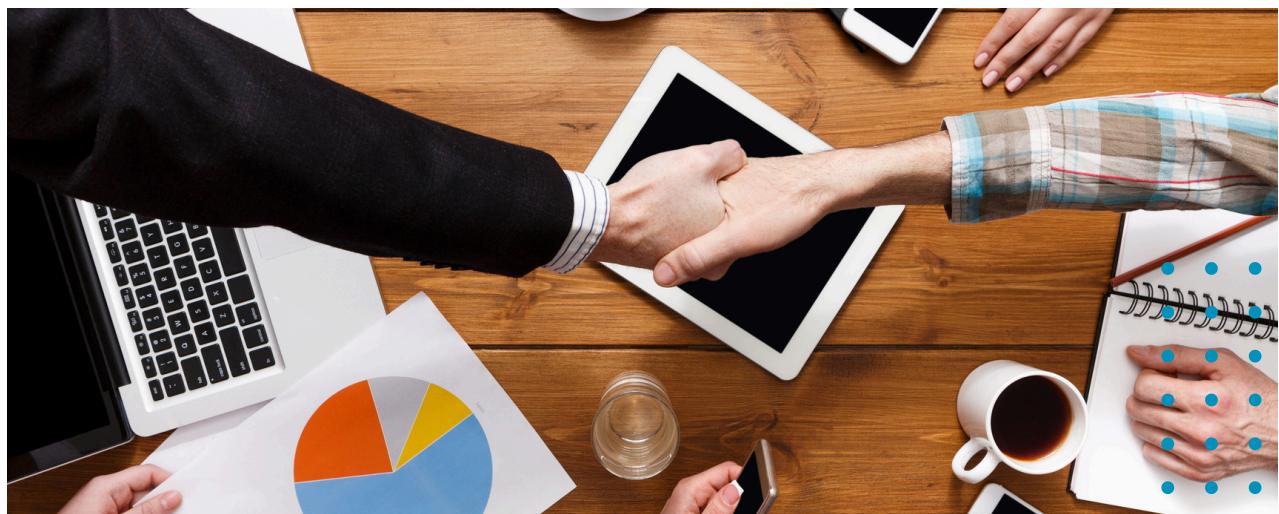
Pour maintenir à jour les compétences dans un domaine en constante évolution et combler progressivement les lacunes identifiées.



Conclusion



« La compétence est le nouveau capital du 21ème siècle »



Cette analyse approfondie des compétences en marketing digital a permis d'identifier avec précision les forces et faiblesses des différents profils professionnels du secteur.

Les résultats montrent que si la compétence "Collecter et Analyser les données" est globalement bien maîtrisée, des lacunes importantes existent dans la capacité à "Formuler des recommandations" et à générer des leads qualifiés. Les écarts significatifs observés entre les niveaux de seniorité et entre les différentes typologies d'acteurs soulignent l'importance d'une approche personnalisée du développement des compétences.

Les recommandations formulées dans ce rapport visent à combler ces écarts et à renforcer l'expertise globale des équipes marketing. En mettant en œuvre ces recommandations, les organisations pourront améliorer significativement leurs performances en marketing digital, en s'appuyant sur une meilleure compréhension des compétences de leurs équipes et des domaines nécessitant un renforcement. Pour explorer ces données de manière interactive, nous vous invitons à consulter le site web dédié à cette analyse :

<https://ctsgnrbh.manus.space>





Nous contactez



06 60 46 49 22



contact@cpa-france.org



89 Rue Compans 75019 Paris

Merci



