

GUIDE DE LA RECONVERSION 2021

Métiers du digital



Sommaire

L'état des lieux

Les avantages de se reconvertir dans les métiers du digital et de la tech	4
Panorama des métiers du digital en 2021	7
Reconversion : les compétences qui font la différence dans la tech et le digital	13
Les salaires des professionnels du digital en 2021 : tech, marketing, design...	16

Se former au développement informatique : valoriser son employabilité en répondant aux besoins des entreprises	31
Développeur full stack JavaScript : un pilier de la programmation	34
Se reconvertir comme ingénieur Java full stack DevOps : avantages, missions et opportunités	37

Les métiers

Responsable marketing digital : un métier transverse pour développer la visibilité d'une marque	22
Responsable d'acquisition : un métier stratégique, à vocation ROIste et aux expertises multiples	25
Se reconvertir dans la cybersécurité, des opportunités pour les salariés et les demandeurs d'emploi	28

L'état des lieux





Les avantages de se reconverter dans les métiers du digital et de la tech

Entreprendre une reconversion professionnelle dans ce secteur permet d'ouvrir de nouvelles portes sur le marché du travail.

Dans un contexte de reconversion, le digital propose un large choix de métiers. De community manager à expert en cybersécurité en passant par responsable marketing digital ou encore développeur, les métiers du numérique et de la tech proposent de vastes perspectives. Nous avons interrogé plusieurs experts de la reconversion, afin qu'ils nous dévoilent les atouts majeurs de ce secteur :

- Patrick Rakotomalala, dirigeant et fondateur d'ISIKA,
- Sandrine Lavandier, directrice pédagogique de L'École Multimédia,
- Nicolas Charpin, formateur Javascript chez O'clock,
- Pascal Chartrain, directeur de projet et ingénierie pédagogique chez Demos,
- Alexandra Guesnon, chef de projet reskilling/upskilling chez ORSYS,
- Vincent Montet, fondateur et directeur des MBA spécialisés Digital Marketing & Business de l'EFAP.

Des métiers polyvalents qui misent sur l'avenir

La transformation digitale des entreprises a fait de ces métiers des composants indispensables et très recherchés des structures professionnelles, quelle que soit leur activité. L'évolution permanente des nouvelles technologies participe à les rendre polyvalents.

Un domaine axé sur l'innovation et la recherche de solutions

Rythmé par ces évolutions technologiques, l'innovation et la performance sont au cœur des activités du digital et des produits développés. Le développement web illustre parfaitement cette polyvalence, s'inscrivant comme « *un secteur en perpétuelle évolution, où se mêlent nouvelles technologies et nouveaux métiers* », analyse Nicolas Charpin. Par ailleurs, dans une branche comme la cybersécurité, la recrudescence des menaces liées aux attaques informatiques nécessite également de nombreux recrutements de la part des entreprises. Ces différentes compétences, qui tendent vers la recherche de solutions pour répondre aux problématiques actuelles, en font des métiers d'avenir.

Un secteur qui s'adapte au travail hybride

Au-delà des missions variées et liées aux nouvelles technologies, le secteur montre une adaptabilité rare face aux nouvelles organisations du travail, instaurées depuis le début de la crise sanitaire. « *Les environnements proposés par les entreprises de la tech et du digital se sont globalement modernisés, notamment avec les possibilités offertes par le télétravail et des modèles plus flexibles* », explique Pascal Chartrain.

Un secteur ouvert aux profils issus d'horizons différents

Vouloir se reconverter dans le domaine du digital peut soulever des questionnements, notamment vis-à-vis des prérequis techniques et des compétences requises. Mais il s'avère que le secteur reste majoritairement ouvert à des profils très divers.

Une valorisation de la « double culture » des profils reconvertis

Les entreprises de la branche valorisent les candidatures des jeunes diplômés, mais aussi des profils reconvertis. En effet, le secteur sait reconnaître la richesse de la double culture que confère un parcours de reconversion. En intégrant le domaine du digital où s'entremêlent création et mouvement perpétuel, les candidats qui changent de voie professionnelle ont l'opportunité de vivre une expérience unique. Dans

ce secteur plus qu'un autre, « *on n'est jamais reconverti, on est toujours en apprentissage* », affirme Vincent Montet.

De l'importance des compétences techniques

Certains prérequis ne doivent pour autant pas être ignorés. À la nécessité de posséder une appétence particulière pour l'environnement du digital s'ajoute celle de bien comprendre les enjeux de chaque discipline. Aujourd'hui, la complexité de ce domaine est telle qu'il est impossible d'apprendre sur le terrain. En ce qui concerne le webmarketing, par exemple, ne pas maîtriser le principal levier d'investissement publicitaire que représente le digital en France équivaut à se couper d'une grande part de l'employabilité qui existe sur le marché du marketing et de la communication.

Cependant, si le secteur est composé de postes avec un noyau de compétences incontournables, il propose des opportunités pour des postulants aux aptitudes diverses. « *Ces professions peuvent tout à fait convenir à des profils littéraires, des créatifs comme à des profils logico-mathématiques* », précise Sandrine Lavandier.

Des carrières mouvantes et des salaires attractifs

Du côté des perspectives de carrières et des salaires, le secteur est également attrayant. Ces deux critères sont soumis à différentes variables, mais restent avantageux pour les professionnels du domaine.

Un secteur challengeant

Les métiers du web ne sont pas cloisonnés, grâce à leur environnement « *challengeant et en perpétuel mouvement* », souligne Alexandra Guesnon. Le domaine du digital confère même une liberté de mouvements, qui encourage les évolutions de carrière ou les changements de discipline. En effet, les perspectives d'évolution sont réelles pour les candidats ambitieux et les montées en responsabilité, en tant que lead développeur, chef de projet technique ou encore consultant senior, sont facilitées.

Des salaires évolutifs

En intégrant le secteur du digital et de la tech, un profil junior peut prétendre à une rémunération intéressante. « *Les salaires à l'embauche sont largement attractifs et évolutifs*, confirme Patrick Rakotomalala. *On peut démarrer avec une rémunération entre 35 000 € et 38 000 € en début de carrière, et obtenir 42 000 € après seulement 2 à 3 ans d'expérience pour un architecte logiciel, par exemple.* »

En conclusion, les métiers du digital et de la tech, forts de leurs opportunités riches et de leur environnement dynamique, présentent des perspectives intéressantes après une reconversion. Avec la curiosité et l'adaptabilité nécessaires à la pratique des professions qui le caractérisent, ce secteur, où l'ennui n'a pas sa place, se montre particulièrement attrayant.



Panorama des métiers du digital en 2021

Découvrez une vue d'ensemble des métiers du web en 2021 ainsi que leurs perspectives d'évolution dans un environnement en mouvement constant.

Le secteur du web, un environnement en perpétuelle évolution

Une véritable source d'opportunités

Le numérique est un secteur qui bouge très vite et offre un marché ultra dynamique. De nouvelles professions naissent chaque jour, au fur et à mesure que de nouvelles technologies apparaissent et que les anciennes évoluent. Dernièrement, la pandémie de la Covid-19 n'a fait que renforcer ce cycle : les entreprises ont dû accélérer leur digitalisation et s'étendre sur Internet pour faire face à la crise. Selon [le baromètre Croissance & Digital](#), les entreprises ont connu une hausse de la fréquentation de leur site web de 90 % durant la crise sanitaire. De même, 38 % des sondés ont indiqué que le numérique avait garanti leur activité durant cette période. Cette pandémie a donc démontré que le digital est un canal impérissable et ce, peu importe la conjoncture.

De plus, l'avènement des nouvelles technologies et du télétravail (8 salariés sur 10 aimeraient un système hybride associant distanciel et présentiel, selon [le baromètre Opinion Way](#) présenté sur HelloWorkplace) permet désormais d'envisager les métiers sous différents statuts (CDI, portage salarial, freelance...). De quoi offrir plus de libertés et de perspectives, pour les jeunes diplômés comme pour les profils seniors.

Concernant les métiers du secteur, le web saura répondre aux appétences de tous types de profils : créatif, stratège, technicien, commercial dans l'âme, passionné par les chiffres ou par l'écriture... Chaque corps de métier demande des compétences variées et transverses. Le secteur du digital recrute à pleine vitesse, avec un manque cruel de connaissances qui s'accroît : 50 % des entreprises indiquent ne pas disposer de toutes les compétences en interne pour accompagner la montée en puissance des activités liées au numérique.

En ce sens, il s'avère complexe de dresser un panorama des métiers qui composent ce secteur, et plus difficile encore d'apporter une vision précise sur l'avenir de ces métiers d'ici 5 ans. Une chose est sûre : le secteur du digital a le vent en poupe !

Les spécialités du web qui ont la cote

Avec un environnement en constante mutation, le digital stimule de nouvelles demandes du côté des entreprises, ce qui laisse apparaître des besoins concernant :

- **Les activités liées au développement web** avec la création, la modélisation, la conception, l'intégration de contenus sur des sites Internet responsives et la prise en compte de l'expérience utilisateur, désormais indispensable à toute entreprise qui souhaite développer sa présence en ligne,
- **Les métiers liés aux data sciences et l'intelligence artificielle**, qui ont un impact sur tous les métiers du digital et qui détiendront un rôle encore plus important dans les années à venir,
- **Le cloud computing**, avec des enjeux tels que la sécurité des données, les méthodes de stockage et la virtualisation des données,
- **Les activités liées au marketing digital et à la gestion de contenus**, en termes de campagnes digitales, d'inbound marketing, d'automatisation et d'e-réputation.

Les compétences requises pour travailler dans le secteur du digital

Si l'univers du digital propose des métiers pour tous les goûts et dans tous les secteurs d'activité, cela ne veut pas dire qu'il s'adresse à tous les profils.

En effet, une des particularités du web est qu'il évolue constamment. En ce sens, il est primordial, si l'on souhaite exercer un métier du digital, d'aimer le changement. Il faudra également savoir apprécier le travail en équipe, car le développement d'un projet digital requiert l'implication de plusieurs personnes.

Ceci amène à un autre aspect central : il est nécessaire de disposer d'une culture commune forte. En effet, il est aujourd'hui important qu'un profil issu du marketing digital puisse échanger librement avec un développeur web par exemple, tout en comprenant les termes et enjeux derrière chaque décision, et inversement. Les métiers du digital sont aujourd'hui connexes, ce qui implique d'avoir une culture web globale.

Concernant les soft skills, nous pouvons facilement hisser la curiosité à la première place des qualités à avoir. S'intéresser au monde du digital et le comprendre sous tous ses aspects, c'est aussi la garantie de pouvoir tenir le rythme d'un environnement mouvant aux technologies évolutives, tout en envisageant des perspectives de carrière plus libres. Pour les mêmes raisons, l'agilité, au sens littéral du terme, reste une compétence très appréciée : il faut pouvoir s'adapter à chaque situation et profil rencontrés. La créativité, l'ouverture d'esprit et le sens de l'organisation sont également des soft skills appréciables. Et pour cause ! En 2021, plus de 70 % des employeurs se disent prêts à embaucher un profil marketing ou technique junior principalement sur la base de ses soft skills, selon [une étude menée par Urban Linker](#).

Concernant les hard skills, tout dépendra de la branche dans laquelle on souhaite se développer. Il s'agira d'avoir des compétences techniques en marketing digital, UX, développement, SEO, SEA, data ou encore gestion de projet, plus ou moins poussées selon le métier exercé. Bien sûr, la

maîtrise des outils informatiques et de l'environnement qui gravite autour d'Internet est indispensable.

Les métiers techniques du digital

L'écosystème des métiers du digital est de plus en plus difficile à cartographier, en raison de son évolution rapide. Toutefois, il est possible d'identifier des spécialités selon différents corps de métiers : techniques, marketing, créatifs et transverses.

Véritables architectes du web, les profils techniques se retrouvent au cœur de l'écosystème digital. Ils englobent toute l'infrastructure des sites web et interviennent à chaque étape de leur vie : de leur conception à leur mise à jour en passant par leur développement. Si le webmaster était anciennement en charge de la gestion complète d'un site Internet, il existe aujourd'hui un métier spécifique pour chaque mission, qui nécessite des compétences techniques solides. Le travail du développeur back-end se concentrera sur le serveur, la base de données et le fonctionnement du site en lui-même tandis que le développeur front-end bâtira une interface graphique en veillant à proposer la meilleure expérience utilisateur. Il existe également le métier de développeur full stack, d'intégrateur web, de testeur, de programmeur, de développeur d'applications mobiles... Autant de missions dont le but final reste de réaliser techniquement un besoin exprimé par l'entreprise.

La branche technique contient également des métiers qui manipulent la data, tels que le data analyst, l'architecte big data ou encore l'ingénieur DataOps. Véritables générateurs de croissance, ils représentent un avantage important pour les entreprises et sont de plus sollicités.

Il existe un éventail conséquent de métiers liés à la cybersécurité et à la gestion des systèmes d'information, allant de pair avec l'augmentation de la quantité des données traitées par les entreprises. Ce type de profil est aussi de plus en plus plébiscité au fur et à mesure qu'évoluent les risques et le cadre réglementaire du web (RGPD, gestion du consentement, protection des données...). Parmi les métiers émergents, nous pouvons évoquer le

poste de data protection officer, l'administrateur sécurité ou encore le pentester...

Concernant les métiers liés à la technique, la maîtrise de l'anglais est presque obligatoire. En effet, les frameworks et protocoles les plus répandus sont en anglais. De même, ces métiers nécessitent d'effectuer de la veille et de la recherche d'informations pour résoudre un problème lié à l'informatique ou à un langage particulier. Or, bien souvent, les sources sont internationales et donc documentées en langue anglaise. Parmi les autres compétences requises, nous pouvons citer :

- Une base de connaissances solides en informatique et en mathématiques,
- Une maîtrise parfaite des langages informatiques exploités (HTML/CSS, JavaScript, Python, PHP, C#, etc.),
- Un esprit de synthèse et un sens de la logique accru,
- Une fibre pédagogique, afin de pouvoir expliquer des détails techniques à des collaborateurs intervenant sur d'autres pôles.

Il est important de noter que les profils techniques sont actuellement très recherchés par les entreprises, des plus petites structures aux grandes organisations. En conséquence, la demande dépasse largement l'offre, ce qui permet d'envisager des salaires attractifs même pour des profils juniors.

Les métiers du marketing digital

Le marketing est une discipline vieille de plus de 100 ans. Pourtant, celle-ci a complètement réussi à s'adapter à la transformation digitale des entreprises. Certains métiers sont nés, d'autres se sont peu à peu effacés. De manière globale, les métiers liés au marketing digital couvrent l'ensemble du parcours client qui s'effectue désormais aussi voire surtout sur Internet. La multiplication des canaux, des supports, des outils et des disciplines font qu'aujourd'hui, le webmarketing propose une très grande variété de métiers.

D'une part, nous pouvons mettre en exergue les métiers liés au marketing stratégique. Ces profils ont pour responsabilité le développement de stratégies digitales visant à répondre aux objectifs marketing d'une entreprise. Parmi les missions : comprendre et évaluer les tendances actuelles, découvrir les nouveaux besoins des consommateurs, définir des axes stratégiques, établir un plan d'action, analyser les résultats pour affiner les leviers à activer...

Certains profils se dirigeront vers l'analyse des données (business analyst, growth hacker, data scientist, etc.), tandis que d'autres se concentreront sur l'apport de valeur (responsable CRM, social media manager, responsable éditorial, traffic manager, SEA...). Ces métiers incluent également une dimension commerciale, puisqu'ils prennent en compte une dimension budgétaire et une analyse des Key Performance Indicators (KPI).

Parmi les compétences et qualités requises pour exercer un métier du marketing stratégique, nous pouvons citer :

- Une bonne connaissance des comportements de sa cible sur le web,
- Des connaissances techniques liées au webmarketing et à ses outils (CRM, plateformes sociales, CMS, référencement...),
- Une aisance avec les chiffres, maniés au quotidien (budget, trafic, taux de conversion...),
- Une appétence pour la recherche et l'exercice de veille stratégique,
- Une capacité d'écoute, d'analyse et de synthèse.

Le webmarketing englobe également des métiers dits opérationnels. Ces profils ont à charge la déclinaison d'une stratégie e-marketing, via l'utilisation des canaux digitaux et des outils définis en amont par l'entreprise. C'est la phase d'action du marketing : les opérations sont mises en place sur le terrain à destination des consommateurs. Les métiers opérationnels gravitent autour de l'environnement des 4P (produit, prix, place, promotion) et participent activement à la gestion de la relation client.

À titre d'exemple, le community manager va appliquer la stratégie définie sur les réseaux sociaux, en veillant à l'e-réputation de l'entreprise, avec des missions allant de l'animation des plateformes sociales à leur optimisation, à l'aide de contenus spécialement créés. Le rédacteur web quant à lui fera rayonner l'entreprise grâce à la rédaction d'articles optimisés pour le référencement naturel, en collaboration avec le chargé de SEO. Le SEA aura pour mission de mettre en action les stratégies de promotion online d'un site, d'un produit ou d'un service. De nouveaux métiers voient également le jour à mesure que les technologies se développent : superviseur chatbot, chargé de partenariats, chargé de référencement vocal...

Parmi les qualités d'un profil en marketing opérationnel, nous pouvons citer :

- Disposer d'une bonne culture web et d'une maîtrise parfaite des nouveaux médias, indispensables pour rester innovant,
- Avoir un esprit créatif, pour proposer des contenus engageants,
- Faire preuve de réactivité, afin de gérer l'e-réputation d'une marque et de décrypter de nouvelles tendances,
- Disposer d'une aisance avec les chiffres, utilisés au quotidien pour analyser les actions mises en place,
- Avoir de bonnes capacités rédactionnelles,
- Être curieux, à l'écoute et faire preuve d'adaptabilité.

Les métiers du marketing, qu'ils soient stratégiques ou opérationnels, sont encadrés par des frontières fines. Un intitulé de poste peut englober des missions différentes d'une entreprise à l'autre. Enfin, l'évolution professionnelle peut s'avérer horizontale (développement de compétences transverses) ou verticale : plus un profil acquiert de l'expérience, plus celui-ci pourra prétendre à un poste avec des responsabilités et des décisions stratégiques.

Les métiers créatifs du digital

En matière de digital, les métiers créatifs interviennent aussi bien sur le pôle technique que sur le pôle marketing.

Côté technique, les profils créatifs auront pour mission d'offrir la meilleure expérience aux consommateurs lors de la visite d'un site web ou d'une application. Le webdesigner aura pour tâche de concevoir le design graphique d'une page ou d'un site web, en ayant une vision d'ensemble du produit final. L'UX designer quant à lui est en charge de rendre l'expérience utilisateur la plus agréable possible en travaillant sur l'ergonomie d'un site Internet ou d'une application. Parallèlement, l'UI designer se concentrera sur l'amélioration des interactions entre un internaute et le produit.

Côté marketing, le designer graphique jouera un rôle majeur dans la création de l'identité d'une marque. De la conception d'un logo à la création de sa charte graphique, le graphiste donne vie aux valeurs de l'entreprise. Les créatifs auront également en charge l'élaboration de contenus comme des infographies (métier d'infographiste multimédia), des illustrations et dessins (métier d'illustrateur) ou encore des vidéos animées (monteur vidéo, animateur 3D, motion designer...).

Voici une liste des principales compétences et qualités à avoir ou obtenir pour exercer un métier créatif dans le digital :

- Une maîtrise des logiciels de PAO et notamment la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro...),
- Des connaissances en informatique et en développement pour comprendre les langages du web et les règles à respecter lors de la conception d'un produit,
- Une facette commerciale pour réussir à comprendre les besoins de l'entreprise ou d'un client,
- Une grande créativité et un sens de l'esthétisme,
- La rigueur et l'organisation pour respecter les délais.

En acquérant de l'expérience, un profil créatif pourra évoluer vers une carrière de directeur artistique, où les domaines de compétences survolent aussi bien l'aspect technique que l'aspect marketing du design.

Les métiers transverses du digital

Avec l'avancée des technologies, l'environnement digital devient pluridisciplinaire et gomme peu à peu les frontières entre les différents métiers exercés. Pour faire face à cette mutation, les entreprises sont de plus en plus demandeuses de profils aux compétences transverses.

En ce sens, le chef de produit devient un véritable traducteur entre le pôle technique, le pôle marketing et le pôle créatif. Agissant comme un chef d'orchestre, il dispose de connaissances dans tous les domaines afférant au web et intègre une vision commerciale au développement d'un produit. Une dimension managériale est également à prendre en compte, avec de la gestion de projet, de budget et d'équipe. Des métiers qui permettent de satisfaire les professionnels du digital en quête de diversité dans leurs missions et de dépassement de soi !

Mais alors, faut-il mieux se spécialiser ou, au contraire, se former à tous les aspects du digital ? Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse à cette question, car tout dépend de sa personnalité. En effet, s'il est obligatoire de disposer d'une culture web commune, ce type de profil hybride ne correspondra pas aux personnes ayant besoin d'un cadre stable aux missions et fonctions plus ou moins établies.

Les perspectives d'évolution dans le domaine du digital

Vous l'aurez compris, le digital offre un champ des possibles quasiment infini pour les personnes qui s'y intéressent. L'environnement du web se fait et se défait, les frontières s'affinent et parfois s'effacent. En matière de numérique, il est possible de changer plusieurs fois de métier au cours de sa carrière en passant par exemple d'un poste très axé marketing à un métier plus centré technique ou commercial, et inversement. Parallèlement, il est possible d'avoir un rôle multi-casquette ou, au

contraire, d'être ultra-spécialiste, de travailler dans une startup ou pour une multinationale.

En conclusion, le web confère donc une grande liberté de mouvement. Cela exige pour les professionnels du digital de se former continuellement et d'accepter ce mouvement perpétuel.



Reconversion : les compétences qui font la différence dans la tech et le digital

Se reconverter dans les métiers de la tech et du digital demande des compétences variées. Focus sur les hard et soft skills nécessaires, ainsi que sur l'importance de l'expérience passée.

En plein essor, le secteur de la tech et du numérique a le vent en poupe lorsqu'il s'agit de reconversion. En effet, les opportunités nombreuses et la diversité des métiers hyper-spécialisés ou, au contraire, transverses, offrent de multiples possibilités pour se lancer dans une nouvelle carrière. En parallèle, il est aujourd'hui plus facile d'entamer un nouveau projet professionnel grâce aux centres de formation, qui proposent une pédagogie blended learning (mêlant présentiel et cours à distance) ou 100 % en ligne. Ces organismes offrent également des options de financement variées (CPF, POEI, etc.).

Pour autant, entamer une nouvelle carrière dans le domaine de la tech ou du digital simplement parce qu'ils sont en expansion et qu'ils promettent un bel avenir ne suffit pas. Les métiers sont exigeants et l'investissement personnel est la clé de la réussite. Retour sur les compétences qui font la différence avec des experts de la reconversion.

Hard skills : des compétences pointues attendues par les recruteurs

Les hard skills représentent les compétences techniques qui sont nécessaires à l'accomplissement de missions et des tâches au sein d'une entreprise. Synonymes de savoir-faire, ces capacités sont acquises grâce

à des formations ou des expériences professionnelles passées, et peuvent être validées par un diplôme, un titre, ou un certificat. Dans le secteur du digital et de la tech, un paradoxe s'est peu à peu ancré au fil des années. D'une part, il existe des métiers très spécialisés qui requièrent un bagage solide de compétences précises et, de l'autre, la transversalité des missions demande aux salariés d'intégrer des compétences pluridisciplinaires.

Lorsque l'on vise un parcours de reskilling, les « compétences dures » varient selon les spécificités du métier souhaité, mais permettent souvent de se démarquer auprès des recruteurs. « *La maîtrise de savoir-faire très recherchés, telle que la mise en œuvre de la spécialisation devOps et du Cloud, sont des atouts majeurs* », indique Patrick Rakotomala, dirigeant et fondateur d'ISIKA. A contrario, une base variée de compétences reste toujours très appréciée par les entreprises, comme par exemple « *un premier bagage technique informatique, scientifique ou juridique* », selon Alexandra Guesnon, chef de projet reskilling et upskilling pour le centre de formation ORSYS. Côté digital, les postes occupés nécessitent des compétences transverses : « *il faut porter un intérêt certain aux tendances graphiques, à la rédaction, à la hiérarchisation de l'information ou encore connaître les outils statistiques pour évaluer ses actions* », souligne de son côté Sandrine Levandier, directrice pédagogique de L'École Multimédia.

La quantité de compétences à acquérir peut faire peur lorsque l'on souhaite se reconvertir, surtout si l'on vient d'un domaine tout à fait différent. Inutile de se noyer dans une masse d'informations trop importante. L'essentiel est d'apprendre à maîtriser les outils et techniques, qui seront utiles au quotidien, puis de continuer à s'informer tout au long de son parcours professionnel.

“

Chez O'Clock, nous apprenons essentiellement à savoir quand et pourquoi utiliser un petit nombre de technologies actuelles et efficaces, détaille Nicolas Charpin, formateur Javascript.

La curiosité, l'envie d'apprendre et la culture web, des compétences clés

Si un projet de reconversion professionnelle dans la tech et le digital demande d'acquérir de nouvelles aptitudes techniques, celles-ci ne suffisent pas pour assurer la bonne réalisation des missions. C'est ici qu'interviennent les softs skills, ou « compétences douces », qui englobent les aptitudes humaines et relationnelles, et qui ont pris une importance considérable ces dernières années. Comment intégrer une nouvelle équipe sans s'adapter à la culture de l'entreprise ? De quelle manière travailler sur des projets agiles sans être organisé ?

Sur la longue liste des savoir-être, la curiosité figure tout en haut des compétences les plus appréciées des recruteurs. Lire des contenus, rester en veille, tester des idées, poser des questions... Autant d'actions nécessaires pour maintenir à jour ses connaissances et forger sa culture web. Chez ORSYS, par exemple, la curiosité se traduit par une « *prise de conscience des enjeux et une sensibilité aux bonnes pratiques* ». Une soft skills d'autant plus importante dans la tech et le digital car ce sont des domaines en perpétuel mouvement. Parmi les autres compétences qui font la différence, difficile de ne pas citer l'adaptabilité. En effet, elle représente un état d'esprit qui englobe la motivation, l'écoute et la remise en question pour assurer sa reconversion et évoluer dans l'entreprise. Autre point clé : l'adaptation permet d'appliquer les méthodes de travail agiles, qui facilitent la collaboration sur des projets variés.

“

Les qualités d'écoute, de reformulation et de remise en question seront toujours essentielles, explique Patrick Rakotomalala.

De plus, des qualités d'organisation sont utiles dans toutes les missions des professionnels de ce secteur. Pascal Chartrain, directeur de projet et ingénierie pédagogique chez Demos, précise : « *les compétences de gestion de projet, de gestion du stress et du risque sont fondamentales pour garantir la réussite dans les métiers du digital et de la tech* ».

Il est également intéressant d'aborder le personal branding, ou l'action de promouvoir sa propre image sur la toile. Pour Vincent Montet, fondateur et directeur des MBA spécialisés Digital Marketing & Business de l'EFAP, nous assistons à de nouvelles pratiques :

“ *Aujourd'hui, dans le domaine du digital, les recruteurs recherchent le prénom et le nom des candidats sur Internet. Ils sont en quête de profils qui présentent un carnet d'adresse et des contacts sur lesquels s'appuyer en cas de besoin.*

Il est donc important de maîtriser les résultats de Google qui apparaissent lors de la recherche de votre nom, et que ceux-ci reflètent vos appétences, vos compétences professionnelles ainsi qu'une ligne éditoriale et des relations cohérentes avec vos centres d'intérêts. Parmi les softs skills les plus recherchées dans le domaine du numérique et de la tech, nous pouvons aussi citer l'autonomie, l'aisance relationnelle, l'esprit d'équipe, la prise d'initiative ou encore la créativité.

L'expérience passée, l'assurance de compétences variées

Les profils en reconversion disposent d'un atout considérable pour faire la différence : un bagage de compétences variées, acquises lors de précédentes expériences professionnelles. Une véritable plus-value pour le salarié, comme pour l'entreprise et l'équipe qu'il rejoint. « *Que le salarié en reconversion présente une expérience côté business, produit, UX, design, ou même dans d'autres secteurs très éloignés du monde digital, humainement et techniquement, c'est très intéressant* », confirme Nicolas Charpin.

Disposer de compétences issues de différents secteurs, parfois opposés à la tech ou au digital, devient alors une force pour le salarié. Sandrine Lavandier complète : « *la reconversion s'inscrit dans la continuité du parcours professionnel, de ce fait, même en tant que junior sur de nouvelles fonctions, le candidat a déjà des choses à apporter à l'entreprise* ».

Vous hésitez à vous lancer dans un projet de reconversion ? Vous pouvez commencer par effectuer un bilan des compétences, qui vous permettra de mettre en lien vos points forts, vos motivations et vos aspirations avec votre parcours professionnel futur. À savoir : le bilan des compétences peut être financé par votre CPF.



Les salaires des professionnels du digital en 2021 : tech, marketing, design...

Tour d'horizon des salaires des métiers du digital en 2021.

Au sommaire, nous vous proposons de découvrir les rémunérations des professionnels de la tech, du marketing et du design, sur la base du salaire brut annuel en fonction des métiers :

1- Les salaires dans le domaine de la tech : développeur back-end et front-end, développeur full stack, développeur mobile, ingénieur QA, data scientist/engineer, devOps, product owner, lead technique, directeur technique, intégrateur web...

2- Les salaires dans le domaine du marketing : chef de projet digital, responsable communication et marketing, chief marketing officer, growth manager/hacker, chief data officer, responsable CRM, community manager, content manager, responsable SEA/SEM, responsable SEO, traffic manager, e-commerce manager, country manager...

3- Les salaires dans le domaine du design : UX/UI designer, graphiste offline/online...

1- Les salaires dans le domaine de la tech

Les chiffres présentés se basent sur une [analyse](#) d'Urban Linker sur plus de 700 profils répartis dans le domaine de la tech en Île-de-France. Ils sont donc relativement plus élevés que la moyenne nationale mais permettent d'obtenir les tendances de salaires pour chaque métier.

Développeur back-end

Les rémunérations varient en fonction des langages de programmation :

- **.NET (C#)** : 39 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 49 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 61 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **Go** : 41 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 55 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 68 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **Java** : 39 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 50 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 62 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **Node.js** : 43 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 57 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 65 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **PHP** : 38 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 50 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 57 500 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **Python** : 42 500 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 52 500 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 64 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **Ruby** : 42 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 52 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 62 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).

À noter : les lead back-end prétendent à + 9 % de salaire par rapport à des profils expérimentés sans rôle de lead.

Développeur front-end JavaScript

- **Junior (0 à 2 ans)** : 45 000 €
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : 54 000 €
- **Senior (6 ans et plus)** : 75 000 €

À noter : les lead front-end prétendent à + 12 % de salaire par rapport à des profils expérimentés sans rôle de lead.

Développeur full stack

Deux profils à distinguer :

- **Full stack** : 40 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 48 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 58 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).
- **Full stack JS** : 43 000 € pour un profil junior (0 à 2 ans), 52 000 € pour un profil confirmé (de 2 à 5 ans) et 62 000 € pour un profil senior (6 ans et plus).

Développeur mobile

- **Junior (0 à 2 ans)** : 42 000 €
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : 53 000 €
- **Senior (6 ans et plus)** : 62 500 €

Ingénieur QA/Automatisation des tests

- **Junior (0 à 2 ans)** : absence de profils
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : 49 500 €
- **Senior (6 ans et plus)** : 62 000 €

Data scientist/Engineer

- **Junior (0 à 2 ans)** : 46 000 €
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : 60 000 €
- **Senior (6 ans et plus)** : 75 000 €

DevOps

- **Junior (0 à 2 ans)** : 45 000 €
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : 56 000 €
- **Senior (6 ans et plus)** : 70 000 €

Product owner/manager

- **Junior (0 à 2 ans)** : 38 500 €
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : 50 000 €
- **Senior (6 ans et plus)** : 65 000 €

Autres métiers

Les chiffres présentés se basent sur [une étude](#) menée par le cabinet de recrutement Hays sur plus de 1500 candidats et clients en France. Les salaires parisiens étant présents dans la base, Hays indique qu'il est nécessaire de soustraire de 10 % les chiffres globaux annoncés afin d'obtenir une meilleure représentation des salaires des régions (hors IDF).

- **Développeur C / C++ / Qt** : entre 35 et 40 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), entre 38 et 45 000 € pour un profil junior confirmé (3 à 5 ans), entre 45 et 50 000 € pour un profil confirmé (5 à 8 ans) et entre 50 et 60 000 € pour un profil senior (8 ans et plus).
- **Lead technique** : entre 45 000 et 50 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), entre 50 et 55 000 € pour un profil junior confirmé (3 à 5 ans), entre 55 000 et 65 000 € pour un profil confirmé (5 à 8 ans) et entre 65 000 et 75 000 € pour un profil senior (8 ans et plus).
- **Directeur technique** : il n'y a pas de données pour les profils juniors car le métier s'adresse la plupart du temps à des profils confirmés. Pour un profil confirmé (5 à 8 ans), le salaire est compris entre 50 000 et 70 000 €. Pour un profil senior (8 ans et plus), le salaire est plutôt entre 65 000 et 75 000 €.
- **Intégrateur web** : entre 28 000 et 38 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), entre 35 000 et 40 000 € pour un profil junior confirmé (3 à 5 ans), entre 40 000 et 50 000 € pour un profil confirmé (5 à 8 ans) et entre 50 000 et 65 000 € pour un profil senior (8 ans et plus).

2- Les salaires dans le domaine du marketing

Les chiffres présentés se basent sur une [analyse](#) d'Urban Linker sur plus de 700 profils répartis sur le secteur du marketing digital en Île-de-France, ils sont donc relativement plus élevés que la moyenne nationale mais permettent d'obtenir les tendances de salaires pour chaque métier.

Chef de projet digital

- **Junior (0 à 3 ans)** : 30 000 € – 40 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 38 000 € – 48 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 45 000 € – 55 000 €

À noter : un profil travaillant en agence gagnera entre 8 et 15 % de moins qu'un profil en poste chez l'annonceur (en entreprise).

Responsable communication et marketing

- **Junior (0 à 3 ans)** : 35 000 € – 45 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 40 000 € – 55 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 55 000 € – 70 000 €

À noter : un profil orienté marketing pourra obtenir un salaire entre 10 et 15 % plus important qu'un profil orienté davantage sur la communication.

Chief marketing officer

- **Junior (0 à 3 ans)** : 55 000 € – 65 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 60 000 € – 85 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 80 000 – 110 000 €

À noter : le variable se situe en moyenne entre 12 et 22 % de la rémunération globale.

Growth manager/Growth hacker

- **Junior (0 à 3 ans)** : 35 000 € – 50 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 50 000 € – 65 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 60 000 € – 80 000 €

À noter : ce type de profil peut posséder un variable représentant entre 15 et 25 % de la rémunération globale.

Chief data officer/Chief digital officer

- **Junior (0 à 3 ans)** : 55 000 € – 65 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 60 000 € – 85 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 80 000 € – 110 000 €

À noter : les salaires vont fortement varier en fonction de la taille de l'équipe à gérer.

Responsable CRM

- **Junior (0 à 3 ans)** : 35 000 € – 44 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 37 000 € – 51 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 50 000 € – 71 000 €

Community manager/Social media manager

- **Junior (0 à 3 ans)** : 30 000 € – 39 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 35 000 € – 45 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 47 000 € – 65 000 €

À noter : il y a de plus en plus d'entreprises qui proposent un variable aux profils juniors et confirmés. Cela représente entre 5 et 10 % de la rémunération globale.

Les chiffres sont relativement élevés, comparés à ceux de notre [enquête](#).

CM 2020. En effet, nous avons une moyenne à 32 511 € pour les community managers d'Île-de-France (médiane : 32 000 €) et une moyenne de 28 097 € pour ceux travaillant en province (médiane : 27 000 €).

Content manager/Brand marketing manager

- **Junior (0 à 3 ans)** : 30 000 € – 42 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 38 000 € – 50 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 50 000 € – 70 000 €

À noter : une augmentation entre 5 et 12 % du salaire est observée pour les profils avec des fonctions de management.

Responsable SEA/SEM

- **Junior (0 à 3 ans)** : 32 000 € – 40 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 42 000 € – 50 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 46 000 € – 60 000 €

À noter : certaines startups cherchent à "incentiver" ce type de profil en ajoutant un variable, aux environs de 5-8 % de la rémunération globale.

Responsable SEO

- **Junior (0 à 3 ans)** : 36 000 € – 45 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 48 000 € – 60 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 60 000 € – 85 000 €

À noter : les profils seniors peuvent avoir un variable qui se situe à hauteur de 5 à 15 % de la rémunération globale. Pour les profils travaillant en agence, une baisse du salaire est observée entre 7 et 12 % par rapport aux salaires chez l'annonceur. Pour ce métier, il existe de nombreux indépendants et freelances qui peuvent généralement gonfler leurs salaires jusqu'à +10-14 % par rapport au prix du marché.

Traffic manager/Responsable acquisition

- **Junior (0 à 3 ans)** : 36 000 € – 42 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 43 000 € – 55 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 58 000 € – 75 000 €

À noter : les profils qui travaillent sur un marché exclusivement BtoB peuvent prétendre à un salaire plus élevé (entre 10 et 18 %) par rapport aux profils BtoC.

E-commerce manager

- **Junior (0 à 3 ans)** : 35 000 € – 45 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 52 000 € – 65 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 65 000 € – 85 000 €

À noter : la variation des salaires peut s'expliquer par la taille de l'entreprise mais aussi par le chiffre d'affaires généré.

Country manager

- **Junior (0 à 3 ans)** : 40 000 € – 45 000 €
- **Confirmé (4 à 8 ans)** : 45 000 € – 55 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : 50 000 € – 70 000 €

À noter : dans la plupart des cas, ce type de profil possède un variable sur le CA généré par le pays qu'il doit développer. La fourchette peut aller jusqu'à 15 % de la rémunération globale.

3- Les salaires dans le domaine de l'UX/UI design

UX/UI designer

Les chiffres présentés se basent sur [une étude](#) menée par Walters People concernant les rémunérations des métiers du digital, marketing et communication en France (les salaires d'Île-de-France sont donc pris en

compte dans les calculs).

- **Junior (0 à 3 ans)** : entre 35 000 € et 45 000 €
- **Confirmé (de 2 à 5 ans)** : entre 45 000 € et 55 000 €
- **Senior (6 ans et plus)** : entre 55 000 € et 70 000 €

À titre de comparaison, les données fournies par Urban Linker pour les UX/UI designers (IDF) sont les suivantes : 33 000 € – 37 000 € pour un profil junior (0 à 3 ans), 41 000 € – 45 000 € pour un profil confirmé (de 4 à 8 ans) et 51 000 € – 57 000 € pour un profil senior (8 ans et plus).

Graphiste offline/online

Pour ce type de profil, les chiffres proviennent d'une étude menée par le cabinet de recrutement Hays sur plus de 1500 candidats et clients en France (les salaires d'IDF compris).

- **Junior (0 à 3 ans)** : entre 25 000 € et 28 000 €
- **Junior confirmé (3 à 5 ans)** : entre 25 000 € et 32 000 €
- **Confirmé (5 à 8 ans)** : entre 34 000 € et 45 000 €
- **Senior (8 ans et plus)** : absence de données.

Les métiers





Responsable marketing digital : un métier transverse pour développer la visibilité d'une marque

Découvrez en quoi consiste le rôle, les missions, les compétences à maîtriser et les avantages de la reconversion pour exercer ce métier polyvalent, auquel forme la Digital Training Factory de L'École Multimédia.

Un rôle stratégique, opérationnel et d'encadrement

Cette fonction phare du webmarketing tient une place centrale au sein de la direction marketing et communication d'une entreprise. Son rôle : analyser et définir la stratégie d'une marque sur l'ensemble de ses supports digitaux, le discours à adopter et son positionnement sur le marché pour se différencier de la concurrence. Il va concevoir, déployer et piloter les opérations marketing, afin de développer la notoriété et la visibilité de la marque.

« Le responsable marketing digital doit disposer d'une bonne connaissance du marché pour proposer des recommandations digitales et stratégiques. Il s'agit de bien comprendre les besoins du client ou de l'entreprise, savoir où la marque souhaite être positionnée dans les 5 ans à venir, quelles étapes peuvent être mises en place et les moyens pour les réaliser », explique Karim Meddouri, qui a suivi la formation dispensée par [L'École Multimédia](#) dans le cadre d'un projet de reconversion.

Une approche ROIste indispensable

Parmi les spécificités de ce métier, l'ancien apprenant précise qu'une approche ROIste est vivement recommandée. « L'objectif d'une entreprise est de convertir. Si une stratégie de marketing digital a bien été conçue

en amont, les gains à la clé en termes de trafic peuvent être significatifs. »
Pour créer une stratégie webmarketing, il est nécessaire d'identifier son audience, à travers la création d'un ou plusieurs personas. *« Il faut savoir où se trouve la cible pour aller la chercher et la faire venir jusqu'au site ou l'application de la marque, en vue de lui proposer du contenu original et lui adresser le bon message au bon moment. »*

Le management d'équipe pour déployer des projets digitaux

Au-delà de ses missions très diversifiées et de son rôle transverse, le poste de responsable marketing digital présente un autre atout : *« il encadre des équipes composées de community managers, rédacteurs web, graphistes, brand content managers ou de référenceurs. Ces derniers travaillent sous sa responsabilité et contribuent à la mise en place des projets digitaux de l'entreprise »*, ajoute Kahina Ikhlef, référente pédagogique de la filière communication digitale de L'École Multimédia.

Les compétences à maîtriser pour devenir responsable marketing digital

Une reconversion dans ce domaine requiert de bonnes connaissances des fondamentaux du marketing, avant d'acquérir la brique du digital qui viendra compléter la culture numérique des candidats et celle du secteur dans lequel ils seront amenés à évoluer. *« Ces différents leviers sont nécessaires pour définir et mettre en place une stratégie marketing digital, avec les spécificités liées au e-commerce, en vue d'activer le potentiel d'un produit et satisfaire ses clients »*, conseille Karim Meddouri.

Une veille constante pour suivre l'évolution et l'émergence des concepts marketing, des nouvelles technologies et des tendances de consommation est incontournable pour exercer cette fonction. *« Il s'agit de rester à l'affût des attentes du consommateur pour lui proposer une marque qui lui correspondra et des interfaces digitales qui iront dans ce sens »*, poursuit la référente pédagogique. La formation permet aussi d'apprendre à maîtriser les outils martech : CRM, relation client ou gestion de projet, afin d'optimiser la productivité.

L'ÉCOLE

[La Digital Training Factory](#) est l'enseigne 100 % en ligne de L'École Multimédia dédiée aux professionnels et aux entreprises, qui souhaitent acquérir des compétences reconnues dans les métiers du numérique. Idéale pour les personnes suivant un projet de reconversion, elle propose un parcours personnalisé, qui s'adapte à votre niveau et aux objectifs que vous souhaitez atteindre.

[6 formations métiers](#), enregistrés au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP), sont au choix : webdesigner, directeur artistique multimédia, chef de projet multimédia, responsable marketing digital stratégique et opérationnel, développeur web, et motion designer. Dans le cadre d'une reconversion ou d'une évolution de votre métier, vous pouvez préparer un parcours complet composé de plusieurs [briques de compétences](#) parmi les 25 proposées : gérer un projet digital, développer un concept créatif, programmer en PHP, créer une animation...

Toutes les formations sont éligibles au CPF et dispensées à travers une méthode d'apprentissage innovante, agile et adaptative. Cette pédagogie multimodale, à la fois synchrone et asynchrone, vous permet de bénéficier d'un accompagnement avec un coach personnel, présent tout au long de votre parcours. Les experts de L'École Multimédia, forte de ses 25 ans d'expérience dans la formation du digital, seront également présents pour vous guider.

Savoir créer une émulation autour de son projet

Un responsable marketing digital doit aussi faire preuve de rigueur, être force de proposition et doté d'un bon relationnel, « pour créer une émulation autour de son projet afin que les résultats soient au rendez-vous », souligne Kahina Ikhlef. Un constat partagé par l'ancien apprenant : « il doit être pédagogue car sa stratégie doit être bien comprise en interne comme en externe, tout en étant capable d'embarquer les membres de son équipe derrière ses idées ». Grâce à ses cours de prise de parole en public suivis dans le cadre de la formation, Karim Meddouri a pu « rôder son discours pour réussir à soutenir son projet digital et le défendre devant des experts du secteur ».

Accepter de se tromper pour avancer

Ne pas avoir peur de l'échec fait également partie des qualités humaines requises. « Il faut accepter d'apprendre en se trompant pour mettre son projet sur la bonne voie et éviter d'avoir à rétro pédaler. Le digital permet de s'appuyer sur la méthode de test and learn, qu'il s'agisse d'un business model, d'une landing page de site web, du lancement d'une offre ou d'un parcours client. Il est possible d'effectuer ces tests à une petite échelle avant de se lancer », conseille l'ancien apprenant. L'autonomie, la curiosité ou encore le goût pour relever des challenges constituent autant de soft skills appréciées dans cette fonction aux missions polyvalentes.

Un métier adapté à la reconversion, avec des perspectives d'évolution de carrière

La profession de responsable marketing digital est adaptée dans un parcours de reconversion. « Le candidat apportera sa maturité, sa maîtrise des processus, sa compréhension de la culture de l'entreprise et un œil assez frais par rapport aux leviers en constante évolution », analyse Kahina Ikhlef. L'expérience acquise dans ce domaine constitue un vrai plus : « vous ne partez pas de 0, vous venez acquérir une compétence qui complètera votre CV ». À l'inverse, ne pas disposer d'une première expérience dans le marketing ou le digital ne va pas représenter un frein, si vous souhaitez vous reconvertir dans ce domaine.

Une fois la formation validée, Karim Meddouri, actuellement en stage chez un courtier en assurance qu'il accompagne dans la construction de sa stratégie webmarketing, a choisi de poursuivre dans cette voie. D'autres choix s'offraient à lui, comme le métier de consultant en stratégie digitale ou encore prendre le virage de l'enseignement dans ce secteur. Pour la référente pédagogique de L'École Multimédia, les opportunités d'évolution pour ce poste sont nombreuses : « il peut évoluer vers des postes de direction de communication ou de marketing, ou travailler en agence en tant que responsable de marque ou des contenus. Le fait que ce poste soit autant polyvalent permet d'ouvrir de multiples perspectives car chaque expertise peut devenir un métier en soi, ce qui ouvre le champ des possibles ».

Formez-vous pour devenir responsable marketing digital



Responsable d'acquisition : un métier stratégique, à vocation ROIste et aux expertises multiples

Pour mieux comprendre les enjeux liés à l'acquisition, les missions et les compétences pour exercer dans cette branche, nous avons interrogé Vincent Montet, qui dirige les MBA spécialisés Digital Marketing & Business de l'EFAP.

Les enjeux de l'acquisition pour convertir et fidéliser ses clients

Face à la digitalisation des activités e-commerce des entreprises, qui s'est accélérée avec la pandémie, l'acquisition de trafic est devenue une discipline indispensable à maîtriser. L'objectif : être davantage visible sur les différents canaux digitaux et convertir ses visiteurs en clients. « Plus de 50 % des dépenses réalisées en communication digitale va à l'acquisition de trafic. L'enjeu consiste à exister sur ce marché ultra-concurrentiel », explique Vincent Montet, fondateur et directeur des MBA spécialisés de l'EFAP en Digital Marketing & Business (DMB), et vice-président de l'association de l'économie du numérique (ACSEL).

Les 7 principaux leviers d'acquisition de trafic

De nombreux leviers sont à la disposition du responsable d'acquisition pour déployer sa stratégie. Vincent Montet nous décrypte les 7 principaux canaux à maîtriser :

- **Le référencement naturel (SEO)** : l'enjeu est d'apparaître sur la 1ère page des résultats de Google pour être visible et acquérir de nouveaux clients gratuitement,

- **Le référencement payant (SEA) :** ce 1er levier d'investissement publicitaire dans le digital consiste à acheter des mots-clés ou des expressions correspondant à son offre en payant ce service au clic,
- **Le social ads :** ce sont les publicités réalisées à partir des outils d'achat de visibilité ou de performance des réseaux sociaux,
- **Le display ou l'epub :** il s'agit des bandeaux et bannières publicitaires qui s'achètent via des plateformes d'enchères en temps réel,
- **Les opérations spéciales :** ces campagnes sont négociées en direct avec une régie publicitaire,
- **L'affiliation :** elle consiste à payer une commission sur les ventes réalisées sur un site ou de rémunérer le résultat d'une performance (adresse email, téléchargement, vidéo vue, etc.),
- **L'emailing :** cette activité clé du e-commerce est efficace pour la fidélisation en vue de faire revenir ses clients.

La démultiplication des canaux de vente

Parmi les enjeux liés à l'acquisition, la démultiplication des plateformes d'achat a changé la donne. « *L'acte commercial se déporte en dehors du site marchand. Aujourd'hui, je peux acheter directement sur d'autres canaux, comme Instagram, WhatsApp ou TikTok* ». Cette nouvelle démarche oblige les acteurs du e-commerce non seulement à faire venir des prospects et clients sur leur site, mais à être également présent au sein de leur écosystème numérique, pour aller les chercher là où ils se trouvent. « *On ne fait plus de publicité sur Instagram, on vend désormais sur cette plateforme.* »

Le rôle du responsable d'acquisition, un métier à la culture ROIste

Avec ses leviers, enjeux de transformation et spécificités liées aux activités e-commerce, l'acquisition représente une discipline certes complexe à maîtriser, mais dont le quotidien reste challengeant pour les professionnels

L'ÉCOLE

L'EFAP, l'école des nouveaux métiers de la communication, propose plusieurs MBA spécialisés en marketing digital à Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Paris, Shanghai et Alger. Les parcours sont ouverts à tous les profils à partir de bac+4/+5 et à ceux justifiant d'une expérience significative dans le cadre d'une validation des acquis professionnels (VAP). Ils s'adressent aux (futurs) managers, qui souhaitent acquérir un socle de compétences en vue d'exercer des fonctions stratégiques et des responsabilités managériales dans ce domaine, ou encore piloter des projets de transformation numérique dans tous les secteurs. Ils délivrent une certification RNCP de niveau 7 (bac+5).

4 cursus sont au choix :

- [Digital Marketing & Business Full-Time](#)
- [Digital Marketing & Business - Art et Culture](#)
- [Digital Marketing & Business Health - Industrie de la santé](#)
- [Digital Marketing & Business - Beauty & Cosmetics](#)

Les programmes sont enseignés par des experts en poste, à travers une pédagogie inversée et en présentiel, avec des études de cas concrets et des workshops. Deux formats sont possibles : 6 mois de formation académique suivis de 6 mois de mission en entreprise, ou 12 mois compatibles avec une activité professionnelle. Le plus : vous accédez à un réseau de contacts privilégiés du secteur.

souhaitant se reconvertir dans cette branche. D'après les études de références sur le sujet, le rôle du responsable d'acquisition se définit à travers 3 missions principales :

- la conception et la mise en œuvre de la stratégie d'acquisition,
- le pilotage des projets grâce aux différents outils,
- la gestion d'équipes complexes.

Son quotidien consiste à surveiller les leviers qu'il utilise pour atteindre ses objectifs grâce à des indicateurs clés de performance (KPIs). « *Il est le chef d'orchestre qui met en avant la stratégie publicitaire et commerciale de l'entreprise sur le digital, tout en managant les opérateurs day-to-day. Il est en lien direct avec ses prestataires externes et ses collaborateurs en interne, afin d'ajuster ses campagnes en temps réel en fonction des objectifs fixés* », résume Vincent Montet.

Si les sites médias traditionnels fonctionnent à partir d'un modèle basé sur le nombre de visites pour délivrer de la publicité et ainsi monétiser leur audience, les sites e-commerce ont un objectif principal : la conversion. « *Ils recherchent avant tout des clients, qui vont acheter des produits ou des services. Le taux de transformation sur un site e-commerce est en moyenne de 3 % (hors sites proposant du click and collect comme les Drive)*. » Le responsable d'acquisition doit donc intégrer dans son champ d'action une démarche ROIste forte basée sur la culture des KPIs.

De la gestion de projet à la maîtrise de Google Analytics et Excel

Pour exercer cette profession, il est nécessaire de maîtriser les compétences liées aux leviers d'acquisition, afin d'être en mesure de les déployer ou de manager les interlocuteurs spécialisés dans chaque branche.

Un métier de reporting et d'analyse de données

La gestion de projet figure parmi les principales hard skills requises, tout

comme les fondamentaux de l'HTML, pour savoir intégrer les traceurs liés aux opérations dans le code de son site ou de son application, ainsi qu'une connaissance approfondie de Google Analytics et d'Excel. « *C'est un métier de reporting et d'analyse de données. Nous n'avons jamais travaillé avec autant de chiffres que depuis l'avènement du digital.* » Pour Vincent Montet, la certification Google Analytics reste un passage obligé, que vous pouvez obtenir en suivant l'un des [MBA spécialisés DMB de l'EFAP](#). Le responsable d'acquisition doit aussi être capable de résoudre des problèmes complexes, avoir l'esprit critique et être créatif. Le management d'équipe et l'intelligence émotionnelle sont autant d'atouts recherchés par les recruteurs sur ce poste stratégique.

Un champ d'action varié et des perspectives d'évolution

Son périmètre peut évoluer en fonction de la structure pour laquelle il travaille. En agence, ses tâches pourront être plus variées que chez l'annonceur, car il va interagir avec plusieurs clients aux problématiques et enjeux sectoriels différents. Sa rémunération varie de 30 000 € à 70 000 €, selon son expérience, le type d'organisation et sa zone géographique.

Par la suite, il pourra évoluer soit en se spécialisant sur l'un des leviers d'acquisition (consultant SEO, expert de l'emailing...) ou vers plus de responsabilités managériales. « *Il peut aussi se diriger vers les métiers du growth hacking, qui utilisent une partie de ces leviers en test and learn avec une agilité plus forte.* » À noter que le responsable d'acquisition pourra aussi être amené à prendre en charge un projet de transformation digitale d'une entreprise ou accompagner une régie publicitaire à se digitaliser.

Formez-vous pour devenir responsable d'acquisition avec l'EFAP



Se reconvertir dans la cybersécurité, des opportunités pour les salariés et les demandeurs d'emploi

La progression du digital rime avec l'augmentation des cyberattaques. Dès lors, les entreprises recherchent de nouveaux talents pour assurer leur cybersécurité. Une véritable opportunité pour les salariés et demandeurs d'emploi qui souhaitent se reconvertir.

Ransomwares, spams, phishing... autant de cyberattaques auxquelles les entreprises doivent désormais faire face. Comment ? En renforçant leur politique de cybersécurité par la montée en compétences de leurs salariés ou en intégrant de nouveaux talents dans leurs équipes. La cybersécurité est donc un domaine de reconversion qui a le vent en poupe.

ORSYS, acteur majeur de la formation aux technologies numériques, répond à cette problématique avec sa solution de reskilling qui comporte [plusieurs parcours de reconversion sur mesure dans le domaine de la cybersécurité](#). Retour d'expérience avec deux protagonistes de ces parcours : Corentin Sagaz-Berthier, expert-formateur en cybersécurité, et Gwenaël-Ceylian Lacour qui a suivi un parcours de reconversion en cybersécurité chez ORSYS.

La cybersécurité : une forte demande de profils qualifiés du côté des entreprises

La cybersécurité est constituée de différentes composantes : l'évaluation du degré de sécurité d'un système d'information, la découverte des failles ou encore la protection des données. À l'heure actuelle, les entreprises font face à un besoin urgent de sécurité aux causes multifactorielles.

Outre l'augmentation des agressions malveillantes et l'automatisation des attaques informatiques, « la législation demande de plus en plus d'efforts aux entreprises en termes de cybersécurité avec, par exemple, le Règlement général sur la protection des données ou la loi de programmation militaire », explique Corentin Sagaz-Berthier. Pour cet expert en cybersécurité qui intervient sur les parcours de reconversion d'ORSYS, « les clients s'attendent désormais à avoir davantage de garanties sur tout ce qui touche à la protection de l'environnement numérique ». Pour répondre à ce besoin, les entreprises cherchent aujourd'hui à intégrer des profils certifiés (ISO 27001, entre autres normes) pour renforcer leur niveau de sécurité et rassurer leurs clients.

Une voie aux multiples opportunités pour les salariés et les demandeurs d'emploi

Dans ce contexte, les opportunités sont nombreuses pour les personnes qui souhaitent se réorienter. Pour Gwenaël-Ceylian Lacour, le déclic a eu lieu à la faveur d'un projet personnel : « je devais fournir un serveur de jeu pour lequel j'avais conçu un système web et une méthode de classement pour les joueurs. Un jour, la base de données a été compromise. La personne responsable m'a expliqué comment elle avait réalisé son intrusion. C'est ce qui a déclenché mon appétence pour ce domaine ». Motivé pour changer de voie, il a suivi la formation « Intégrateur cybersécurité » d'ORSYS. Lors de cette formation, « on revient sur les fondamentaux avec des experts de la cybersécurité, ce qui permet de comprendre le fonctionnement des systèmes et des réseaux dans leurs moindres détails ».

Après deux ans dans le secteur des télécommunications, Gwenaël-Ceylian Lacour est devenu spécialiste sécurité IT chez Airbus CyberSecurity, via le dispositif de POEI (Préparation opérationnelle à l'emploi individuelle).

Un besoin important dans tous les secteurs d'activité

La cybersécurité concerne aujourd'hui toutes les typologies d'entreprises et tous les secteurs d'activité. « Les sociétés qui gèrent et stockent les données de leurs clients se doivent de les protéger. C'est pourquoi elles ont besoin de recruter ou de faire appel à des professionnels du secteur de la

L'ÉCOLE

ORSYS est un organisme de formation certifié ISQ-OPQF et datadocké, qui accompagne les entreprises et les salariés partout en France depuis plus de 40 ans. Au programme, plus de 2 000 formations liées aux métiers de l'entreprise, intégrées dans des parcours personnalisés selon les besoins. Le centre propose des parcours de reskilling à suivre en présentiel et à distance, qui permettent aux apprenants de devenir opérationnels dès la certification acquise.

Dans le cadre d'une [reconversion dans les métiers de la cybersécurité](#), ORSYS propose un cursus technique et un parcours fonctionnel :

- **Cursus technique** : intégrateur cybersécurité
- **Parcours fonctionnel** : consultant en cybersécurité

Parmi les thématiques abordées lors de ces formations : les fondamentaux de la sécurité des systèmes d'information et des applications web, l'implémentation et la gestion d'un projet ISO 27001 ou encore la certification ISO 27005. Les apprenants accèdent à différents formats pédagogiques, tels qu'un suivi individualisé, des QCM, des projets de mise en pratique ou encore des points de pilotage avec l'entreprise. De plus, ces parcours s'inscrivent dans le cadre du dispositif POEI qui permet un retour à l'emploi rapide à l'issue de la formation.

cybersécurité », souligne Corentin Sagaz-Berthier. Si les ESN ou l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) font partie des principaux recruteurs, les sites d'e-commerce, les banques, les entreprises de production audiovisuelle ou encore les entreprises industrielles recherchent également ce type de profils.

Un domaine professionnalisant aux compétences variées

La cybersécurité englobe plusieurs métiers, classés par l'ANSSI en quatre catégories :

- Gestion de la sécurité et pilotage des projets de sécurité,
- Conception et maintien d'un SI sécurisé,
- Gestion des incidents et des crises de sécurité,
- Conseil, services et recherche.

Elle offre donc de multiples possibilités d'évolution de carrière et garantit une polyvalence aux personnes qui se sont reconverties.

Des missions diversifiées qui demandent un panel de compétences

Chez Airbus CyberSecurity, les missions de Gwenaël-Ceylian Lacour s'articulent autour de deux pôles : le renfort des systèmes de sécurité, d'une part, la formation du personnel et des clients, d'autre part. « *Mes missions sont diverses et nécessitent une adaptation constante. J'effectue une veille continue pour me maintenir à jour sur les mesures à appliquer face aux menaces* », indique le spécialiste en sécurité IT. Pour lui, « *même si les méthodes de durcissement des systèmes informatiques sont aujourd'hui robustes, aucune entreprise n'est à l'abri des failles dites zero-day face auxquelles il faut prendre des décisions rapides pour empêcher leur usage par des entités externes* ». Il est donc nécessaire de faire preuve de réactivité et de prendre de la hauteur pour avoir une vue d'ensemble de la situation. La formation des effectifs reste primordiale : « *l'apprentissage des détections de ces menaces d'un point de vue humain est un prérequis pour un usage correct des systèmes d'information* », souligne-t-il.

Les qualités requises pour se reconvertir dans la cybersécurité

Assurer la sécurité d'une entreprise, de ses salariés et de ses clients requiert différentes qualités. On peut même parler de soft skills fondamentales. « *La curiosité et l'envie d'apprendre sont essentielles dans un secteur en évolution rapide et constante* », confirme Corentin Sagaz-Berthier.

Côté technique, quelques prérequis sont attendus : au minimum, connaître le fonctionnement des réseaux et maîtriser les bases des systèmes Linux et Windows. La formation professionnalisante proposée par ORSYS permet ensuite de « *renforcer ses connaissances dans les domaines du système, du réseau et du développement applicatif* ». Elle apporte des compétences concrètes en cybersécurité.

Les perspectives d'évolution après une reconversion dans la cybersécurité

La cybersécurité étant en plein essor, la demande de collaborateurs qualifiés n'est pas près de faiblir du côté des entreprises. Quant à l'évolution des métiers, la tendance est également favorable : « *les professionnels en cybersécurité auront sans aucun doute une multitude d'opportunités, notamment avec le cloud, les objets connectés ou encore la 5G* », affirme l'expert. Pour lui, la cybersécurité est un secteur d'activité vaste et passionnant : « *si vous avez l'envie d'apprendre et que vous êtes curieux, vous trouverez forcément un métier dans lequel vous épanouir !* »

Vous souhaitez savoir si la cybersécurité est faite pour vous ? Corentin Sagaz-Berthier vous conseille de vous renseigner sur les différents profils et missions qui composent le domaine : gestion des risques, blue team, détection d'intrusion, investigation suite à une cyberattaque, pentesting... puis de vous lancer dans celui qui vous plaît le plus !

[En savoir plus sur le parcours reconversion en cybersécurité d'ORSYS](#)



Se former au développement informatique : valoriser son employabilité en répondant aux besoins des entreprises

Opter pour une carrière dans le développement informatique offre de belles opportunités pour les passionnés, autant que pour les entreprises en pleine transformation digitale.

Vous souhaitez vous orienter ou vous reconvertir dans le développement informatique ? Vous vous questionnez sur les prérequis techniques ? Vous cherchez à en savoir plus sur les spécialisations ? Le centre de formations [Demos](#) accompagne apprenants et salariés en reconversion pour se former aux différents métiers proposés. Pour répondre aux questions que peut susciter cette démarche dans le secteur du développement, nous avons interrogé un formateur et un étudiant, en alternance chez Accenture.

Se former au développement informatique, un atout pour l'employabilité

Faire le choix de suivre une formation dans le développement informatique revêt de nombreux avantages, notamment parce que les profils dans ce domaine sont très sollicités par les entreprises. Lorsque Geoffroy Alarcon a choisi de s'orienter dans ce domaine, le fait que le secteur recrute était un véritable atout : « *l'informatique me plaisait, puis en me renseignant, je me suis rendu compte que le métier de développeur ne connaissait pas la crise, ce qui est un plus* ».

Des compétences très recherchées en data science et en intelligence artificielle

De son côté, le formateur de Demos confirme que les opportunités sont nombreuses. « *Les ressources en informatique ne cessent d'être sollicitées, analyse-t-il. Je pense notamment aux compétences en développement informatique dans le domaine de la data science et de l'intelligence artificielle.* » La transformation numérique des entreprises joue aussi un rôle important dans les recrutements. « *Dans cette perspective, les développeurs front-end, back-end ou full stack, sont très recherchés* », affirme-t-il.

La rigueur, la capacité d'analyse et la réactivité parmi les compétences requises

Pour se former dans le développement informatique, certains prérequis techniques et compétences sont nécessaires. « *Il faut disposer de connaissances niveau bac, d'un esprit logique et d'une grande rigueur,* affirme l'intervenant. *Le développement informatique consiste à construire des applicatifs, des composants qui doivent être les plus fiables possibles. Il faut aussi savoir prévoir les maintenances et les évolutions à venir. Il est important de mettre en place des tests rigoureux, des documents de développement et de mise en œuvre.* » De son côté, l'apprenant précise : « *je pense que les qualités principales pour travailler dans l'informatique et pour devenir développeur sont de bien comprendre les besoins du client, d'être réactif, d'affiner ses capacités d'analyse et savoir trouver des solutions rapidement* ».

Les grandes spécialisations du développement informatique

Un développeur est intégré dans une équipe de maîtrise d'œuvre. « *Il doit développer des applications ou des composants,* explique le formateur de Demos. *L'essentiel de son travail consiste à écrire des programmes dans un langage de développement informatique, à mettre en place les tests de validation, à suivre une méthodologie de suivi de projet.* » Un apprenant en

développement informatique a le choix entre plusieurs spécialisations : front-end, back-end et full stack.

Le développeur front-end

Un développeur front-end a la charge de toute la partie visible d'un site web et des éléments avec lesquels les utilisateurs vont interagir. « *Il est essentiellement préoccupé par la présentation, l'interaction, l'ergonomie des applicatifs qui sont justement définis par le back-end,* confirme l'intervenant. *Le front-end impose des compétences dans le triptyque HTML/CSS/JavaScript, mais aussi avec des frameworks comme Angular et jQuery.* »

Le développeur back-end

Un développeur back-end a pour mission de concevoir toute la partie « *non visible* » d'un site web, notamment les éléments techniques nécessaires à son bon fonctionnement. « *Ses spécificités sont la modélisation de la base de données. Il doit délivrer des services applicatifs sécurisés et robustes grâce à un langage de programmation. En tant que développeur back-end, il faut s'intéresser à plusieurs sujets transversaux au développement, qui sont la performance d'une application, la sécurité des données et la maintenabilité du code* », ajoute l'alternant.

Le développeur full stack

Un développeur web full stack est un profil très recherché et demandé car il combine les compétences requises par le front-end et le back-end, voire des connaissances en UX/UI design. « *Le développeur full stack doit être en mesure de gérer toutes les étapes d'un projet technique de façon agile* », poursuit le formateur.

Développeur web vs développeur mobile, quelle différence ?

Il convient de faire la distinction entre un développeur web et un développeur mobile. « *Le développeur met en œuvre des technologies web classiques : HTML, CSS, JavaScript, PHP, MySQL, etc. Le développeur mobile maîtrise des environnements de développement spécialement dédiés aux applications mobile, dont le langage Java* », analyse le formateur.

Geoffroy Alarcon souligne que le métier de développeur d'applications est plus polyvalent. « *Il faut avoir un minimum de connaissances dans les différents types d'applications qui existent (web, mobile, desktop), comprendre les enjeux et la pertinence d'un choix d'une architecture logicielle pour appréhender toute sa complexité. Mais il faut être honnête, aujourd'hui un développeur d'applications est souvent spécialisé dans le web car il constitue la majorité des missions proposées sur le marché.* »

Des perspectives d'évolution de carrière et des missions diversifiées

Devenir développeur informatique permet d'effectuer des missions variées. En témoigne le quotidien professionnel de Geoffroy Alarcon : « *actuellement, ma fonction au sein d'Accenture m'amène à développer de nouvelles fonctionnalités, en méthodes agiles, pour une application web et mobile en adéquation avec les besoins du client. J'ai la possibilité de choisir la mission sur laquelle je souhaite être affecté et il est possible de se spécialiser en fonction de ses compétences* ». Il ajoute : « *après mon alternance, j'aspire à être développeur back-end, soit en Java, soit dans les technologies Microsoft* ».

Pour le formateur de Demos, les perspectives d'évolution sont nombreuses et rassemblent des postes que l'on retrouve dans d'autres secteurs : développeur (consultant junior puis senior), responsable de projet, manager d'équipe, directeur technique ou encore directeur de département. L'identification des évolutions métiers et des nouvelles compétences associées fait partie intégrante des missions de l'organisme Demos, afin d'aider ses apprenants à définir le projet professionnel qui leur correspond. Il accompagne les candidats en reconversion en leur proposant des modalités de formation adaptées à leurs besoins et une pédagogie appropriée à leurs objectifs.

Formez-vous aux métiers du développement informatique avec Demos

L'ÉCOLE

Demos est un organisme spécialisé dans la formation professionnelle. Il accompagne jusqu'à 150 000 candidats chaque année et offre un large choix de formations certifiantes et diplômantes. Par le biais de l'innovation et en accompagnant la transformation des entreprises, Demos participe à l'employabilité, au partage des compétences et construit avec les apprenants un parcours adapté à leurs besoins.

Demos propose de nombreux parcours dans le digital. Son catalogue présente des formations pour devenir expert cloud, systèmes et réseaux, pour se spécialiser dans le big data et l'IA, des **cursus dans le développement informatique** , en UX design ou encore pour se former et comprendre les enjeux de la transformation digitale des entreprises. Cette offre riche et diversifiée entend répondre à toutes les situations, les envies de reconversions professionnelles en fonction des besoins des entreprises.

L'organisme offre la possibilité de suivre des formations courtes ou longues et certifiantes, mais aussi des modules e-learning personnalisés. Demos a également su placer le numérique au cœur de ses cursus avec la mise en place de classes virtuelles et de formations blended. Sa force : des intervenants issus du monde professionnel accompagnent les apprenants tout au long de leur parcours, leur faisant bénéficier de leur savoir-faire et de leur expérience.



Développeur full stack JavaScript : un pilier de la programmation

Focus sur ce métier clé du développement web, sur le quotidien de ceux qui l'exercent, et sur la reconversion possible dans ce secteur.

Le développement web est un secteur très porteur : de nombreux recrutements sont prévus pour les années à venir. Très prisés par les entreprises, les développeurs full stack JavaScript conçoivent des projets complexes de A à Z, comme des applications web ou des sites Internet. À quoi ressemble leur quotidien ? Quelles sont les compétences à maîtriser pour exercer cette activité ? Pour en savoir plus sur ce métier, nous avons interrogé un formateur JavaScript et une ancienne étudiante d'[O'clock](#), une école qui propose des formations à distance axées sur le développement web adaptées aux projets de reconversion.

Développer un projet de A à Z

Parmi les différents métiers liés au développement informatique, vous pouvez envisager une reconversion vers des postes de développeur back-end, front-end, mobile, devops ou encore full stack. Ce dernier est le plus complet de tous, puisqu'il est en mesure de réaliser la programmation d'un site ou d'une application web à la fois en front-end et back-end.

Être capable de développer l'ensemble d'un site ou d'une app seul...

À la différence d'un développeur front-end qui conçoit l'interface client, ou d'un développeur back-end qui fournit des data formatées côté serveur, le développeur full stack JavaScript « doit pouvoir suivre l'ensemble du cheminement de l'information, du clic de l'utilisateur jusqu'à l'utilisation

des données reçues », explique Nicolas Charpin, formateur JavaScript chez O'clock. C'est pour cette raison qu'il doit impérativement avoir une vue précise de l'intégralité du système.

... mais savoir travailler en équipe

Savoir travailler en totale autonomie ne sous-entend pas que le développeur full stack JavaScript devra toujours réaliser les projets seul, bien au contraire.

Dans les petites structures, « *il sera en relation étroite avec les autres services, pour le développement des outils internes et des demandes, et il pourra occasionnellement être amené à échanger directement avec le client* », souligne Nicolas Charpin.

À l'inverse, dans des structures plus importantes, « *il sera amené à travailler avec les services tech : administration système et base de données (souvent gérés dans des services dédiés). L'organigramme y sera plus hiérarchisé et ses contacts privilégiés seront le lead dev, le responsable technique et le product owner* », poursuit le formateur. En cas de projet conséquent, plusieurs développeurs full stack JS pourront collaborer ensemble, d'où l'importance du travail d'équipe.

Un large panel de compétences

La polyvalence est la principale qualité du développeur full stack JavaScript. Elle s'applique tant sur le plan technique (hard skills) que sur le plan humain (soft skills).

Des connaissances techniques pour répondre à tous les besoins

Pour Nicolas Charpin, il faut aimer passer des heures à coder devant son écran pour envisager de se reconvertir dans ce métier. Il ajoute : « *des connaissances techniques sont indispensables, comme la maîtrise du langage de programmation JavaScript, des différents types d'architecture (MVC, SOA...), d'un ou plusieurs systèmes de bases de données (SQL et noSQL), mais aussi des bases solides en sécurité informatique, et*

éventuellement dans un framework front moderne (React, Vue, Angular) ». Abeba Ngwe, ancienne étudiante chez O'clock, qui partage ses connaissances sur YouTube, précise également qu'il est « *impératif de bien connaître les langages structurels (HTML / CSS)* ».

D'autres compétences complémentaires sont appréciées par les entreprises, comme par exemple « *un sens artistique pour produire des interfaces qui vont se différencier de la concurrence, un goût pour l'animation, des notions d'UX, des fondamentaux en mathématiques et dans les systèmes d'exploitation* ».

L'importance des soft skills pour gagner en efficacité

Certaines qualités humaines sont nécessaires pour exceller dans toutes les professions, quel que soit le domaine d'activité. Ces compétences, appelées soft skills, permettent de faire la différence et de faciliter le travail au quotidien. Pour Abeba Ngwe, le sens de la communication est une qualité indispensable du développeur full stack JavaScript : « *les échanges prennent une place importante au travail, que ce soit pour définir les tâches à effectuer dans les semaines à venir, pour évaluer le code d'un collègue ou encore pour informer son équipe de l'avancement effectué au quotidien* ». Nicolas Charpin complète en listant d'autres soft skills primordiales, comme « *la patience, l'humilité, le goût de la découverte, la capacité à se remettre en question et à s'adapter au changement, le goût du travail en équipe, l'empathie et enfin la curiosité* ».

Un métier accessible facilement via la reconversion

Le métier de développeur full stack JS est à la portée de tous. Des formations accélérées, comme celles proposées par O'clock, facilitent la reconversion dans cette profession, en vue de trouver un emploi rapidement.

Des prérequis accessibles à tous

Les profils des apprenants qui rejoignent des formations pour devenir développeur full stack JavaScript sont extrêmement variés. « *Nous*

accueillons à la fois des étudiants bacheliers comme des personnes en reconversion ayant déjà connu le marché du travail. Les parcours avant la formation sont assez diversifiés : certains bénéficient déjà d'un peu d'expérience en programmation, là où d'autres découvrent le monde du développement pendant le cursus », explique Nicolas Charpin.

De son côté, Abeba Ngwe précise qu'il faut « *savoir faire preuve de logique, lire et écrire l'anglais et, bien sûr, montrer de l'intérêt pour le développement* », avant d'entamer un changement de carrière vers ce métier. Il est très difficile d'établir un profil type, d'autant plus que les envies de reconversion se sont multipliées ces derniers mois.

Les débouchés et les possibles évolutions de carrière

Avec l'augmentation des besoins numériques des entreprises et la démocratisation du télétravail qui réduit la contrainte géographique, de plus en plus d'opportunités professionnelles s'offrent aux développeurs.

« *JavaScript est un langage de développement web très populaire, on peut obtenir des propositions d'emploi dans pratiquement toutes les branches. Une bonne connaissance d'un langage de programmation permet d'ouvrir des portes pour évoluer vers un autre langage ou d'autres plateformes de déploiement comme les applications mobiles* », indique Nicolas Charpin.

Les évolutions de carrière envisageables pour cette profession se tournent principalement vers le management d'équipe (lead dev, CTO...) au sein des grandes structures. Au vu de ses compétences multiples, le développeur full stack JavaScript peut également envisager de se spécialiser dans le front-end ou le back-end à l'issue de sa formation.

Découvrez la formation de développeur full stack JavaScript

L'ÉCOLE

O'clock est une école qui propose des formations en 100 % téléprésentiel, pour devenir développeur web (équivalent bac+2), apprendre à coder ou opter pour une spécialisation sur un langage précis. Les programmes sont ouverts à tous les profils et aucun prérequis technique n'est demandé. Le financement peut s'effectuer grâce à l'aide individuelle à la formation (AIF) de Pôle Emploi ainsi qu'au CPF.

Plusieurs **cursus** sont au choix pour devenir développeur web (6 mois), développeur full stack JS (6 mois) ou concepteur-développeur d'applications (13 mois, en alternance). Vous pouvez également acquérir les compétences suivantes : JavaScript (3 mois), React.JS (1 mois / 3 mois), Symfony (1 mois / 3 mois), WordPress (1 mois / 3 mois) ou encore Data et API (1 mois / 3 mois).

Toutes les formations sont dispensées via le format téléprésentiel, qui permet de recréer le côté vivant et stimulant d'une salle de classe, de manière dématérialisée. Avec cette méthode de fonctionnement, les apprenants peuvent créer du lien entre eux pour renforcer l'esprit d'équipe. Les cours sont davantage axés sur la pratique que sur la théorie. Les programmes sont régulièrement mis à jour pour répondre aux besoins du marché et correspondre aux profils recherchés par les recruteurs.



Se reconvertir comme ingénieur Java full stack DevOps : avantages, missions et opportunités

Découvrez les contours de ce métier polyvalent, recherché par les entreprises, et qui offre de belles opportunités de carrière, dans le cadre d'une reconversion professionnelle.

Les avantages de se reconvertir dans le métier d'ingénieur Java full stack DevOps

Si les entreprises sont en recherche de profils IT et exigent un niveau de technicité élevé, ainsi que des expertises pointues dans ce domaine, ce secteur est adapté pour les salariés souhaitant changer de voie ou acquérir de nouvelles compétences techniques. « *Le marché est particulièrement dynamique actuellement, avec une logique de digitalisation des entreprises qui s'est accélérée avec la crise de la Covid-19, alors qu'il était déjà marqué par une pénurie de ressources avant la pandémie* », analyse Patrick Rakotomalala, fondateur et dirigeant d'[ISIKA](#). L'organisme, qui est spécialisé dans la reconversion, propose un cursus complet de 10 mois à destination des salariés et des demandeurs d'emploi, sans prérequis en informatique, pour se former aux métiers du développement, notamment pour devenir ingénieur Java full stack DevOps.

Une formation solide est cependant nécessaire pour une intégration accomplie en entreprise. « *La durée minimum d'une formation pour réussir sa reconversion dans ces métiers est de 6 mois, idéalement 10 mois. Cela permet aux candidats de construire une compétence qui est prisée et sur laquelle ils vont bénéficier d'une offre pléthorique d'opportunités professionnelles, avec des perspectives d'évolutions en termes de responsabilités et de salaire* », explique le dirigeant.

DevOps, une spécialisation prisée par les entreprises

La spécialisation DevOps, qui offre un degré d'attractivité de 90 % d'après [l'étude réalisée par Silkhom](#), se classe parmi les plus recherchées par les recruteurs en 2021.

Face à la transition numérique, l'évolution des organisations exige aujourd'hui plus de souplesse et d'agilité dans la gestion de leurs projets. Ces enjeux font émerger de nouveaux besoins pour les entreprises qui recherchent des profils capables de maîtriser des compétences plus étendues, à la fois techniques et humaines.

Là où auparavant les équipes de développeurs et d'administration systèmes travaillaient de manière indépendante, l'approche DevOps permet une collaboration plus étroite entre les différents pôles. Cela représente un gain de temps pour les organisations, car les mises en production s'effectuent plus rapidement ; mais aussi de qualité avec une intégration et un déploiement plus souple et plus fiable des applications livrées.

Ces nouveaux profils à « double casquette » occupent donc aujourd'hui des postes stratégiques. Du côté de la rémunération, celle-ci peut aller de 42 000 € à 50 000 € en salaire brut annuel fixe pour un profil junior à Paris (35 000 € – 45 000 € en régions), à plus de 60 000 € pour les profils ayant plus de 5 ans d'expérience (+ de 52 000 € en régions), toujours d'après l'étude réalisée par Silkhom.

Les missions et les compétences requises pour exercer ce métier

Alors que le champ d'action d'un développeur va se limiter à une partie d'un projet, un ingénieur Java full stack DevOps va avoir une vision plus large et sera capable d'intervenir sur une grande partie de la chaîne de développement. Ses missions sont multiples : recueil des besoins pour un projet applicatif ou logiciel émis par une entreprise, conception de la solution, développement, intégration, tests, livraison au client, mais aussi des tâches de debug, de support aux utilisateurs, de recherche et de rédaction de documentation technique.

« Un ingénieur va pouvoir intervenir sur toutes les tâches de ce processus avec, comme valeur ajoutée, des capacités en termes d'organisation et de conduite de projet, poursuit Patrick Rakotomalala. La spécialisation DevOps lui permet d'intégrer sa fonction dans un paradigme plus étendu, avec des technologies, des méthodes et des outils pour être beaucoup plus agile, notamment lors des cycles de tests et d'intégration en continu. »

Valoriser son expérience, un atout pour un projet de reconversion

« Chez ISIKA, nous ne demandons pas à nos apprenants d'oublier leurs compétences ou leurs précédents diplômes pour tout recommencer. L'expérience professionnelle qu'ils ont pu acquérir précédemment représente une double compétence très appréciée par les recruteurs, qu'il est important de valoriser dans un parcours de reconversion », précise le dirigeant.

Pour Stéphane Varnier, qui a suivi la formation d'ISIKA pour devenir ingénieur Java full stack DevOps, son expérience passée a également été bénéfique dans sa nouvelle carrière en informatique. *« À la suite de mon master en sciences sociales, j'ai occupé le poste de conseiller clientèle chez un éditeur de jeux vidéo. Cette précédente expérience m'aide beaucoup, par exemple lorsque j'échange avec les clients et les différentes parties prenantes du projet. »*

L'ancien apprenant travaille depuis près d'un an chez un éditeur de logiciel. Il est aujourd'hui l'un des principaux ingénieurs en charge du développement et du déploiement d'une plateforme de blended learning. *« Aujourd'hui, je suis épanoui dans ma nouvelle carrière. Je travaille sur un projet qui m'intéresse, dans un environnement innovant. La reconversion est la meilleure décision que j'ai prise, tant au niveau de mon poste actuel que celui du choix de la formation. Mes connaissances en DevOps par exemple représentent un véritable atout, fortement apprécié par mes managers. »*

Un bon équilibre entre autonomie et travail en équipe

Pour le dirigeant d'ISIKA, la capacité d'analyse, de synthèse, la rigueur et

la qualité d'écoute sont autant de qualités humaines qui contribuent à la réussite des candidats pour un retour rapide vers l'emploi, au-delà de leurs compétences techniques. S'ajoutent également la curiosité, la prise d'initiative et l'autonomie. *« Il faut trouver un bon équilibre entre autonomie et travail en équipe. Grâce aux compétences techniques acquises lors de ma formation, je suis capable de trouver des solutions seul. Mais j'échange aussi quotidiennement avec mon équipe »*, ajoute Stéphane Varnier.

La formation lui a aussi appris à travailler en mode projet. *« Durant le cursus, nous avons effectué de nombreux projets en groupe. Cela nous permet de nous confronter à la réalité d'un projet en situation réelle. De collaborer en équipe, savoir se partager les tâches et s'appuyer sur les compétences de chacun pour faire avancer les projets. »*

Une carrière accessible à des profils variés

La constitution d'un collectif fort est indispensable au sein d'une équipe, car il apporte à la fois une richesse humaine et technologique, grâce aux expériences passées des candidats issues de voies professionnelles variées. *« Nous avons, au sein de nos promotions, des apprenants avec des parcours très différents. Des profils scientifiques, mais aussi des profils plus littéraires qui, contrairement aux idées reçues, évoluent très bien dans ces métiers. Nous retrouvons aussi bien des candidats issus d'écoles de commerce, de marketing ou de communication, des ingénieurs généralistes, des infirmières ou encore récemment une ancienne archéologue et un ancien pilote de ligne. Les enjeux de la reconversion reposent sur la capacité à construire des profils dans des logiques d'intégration d'équipe »*, confirme le dirigeant.

Des perspectives d'évolution de carrière, même à court terme

En plus d'offrir la possibilité d'une mobilité sur le territoire ou à l'étranger, ou encore de bénéficier du télétravail, le poste d'ingénieur Java full stack DevOps peut évoluer vers :

- Une branche plus technique autour des métiers du développement,

- Une branche plus fonctionnelle avec des fonctions de conception, d'organisation de gestion de projet,
- Une branche intermédiaire avec des missions à la fois techniques et fonctionnelles.

« De réelles perspectives d'évolution sont possibles vers de l'encadrement, du conseil et de l'organisation sur ces 3 branches, pour les candidats ambitieux et performants, avec une montée rapide en responsabilités. Par exemple, après 18 mois d'expérience, un candidat peut devenir lead développeur, chef de projet technique, consultant senior... », précise Patrick Rakotomalala.

Venez découvrir la formation et poser vos questions en direct à l'équipe ISIKA lors du prochain webinar d'information en ligne, [en cliquant ici](#) !

L'ÉCOLE

[ISIKA](#), organisme spécialisé dans la reconversion IT, propose des formations de haut niveau, diplômantes et professionnalisantes, à suivre depuis chez vous. Il forme de véritables ingénieur(e)s Java full stack sur des postes recherchés (DevOps et Cloud) avec de réelles perspectives d'évolutions en termes de responsabilités et de salaire. Les programmes sont ouverts à tous les profils à partir de bac+3, sans prérequis en informatique, et sont éligibles au CPF.

Deux parcours de reconversion sont proposés (6 mois ou 10 mois) ainsi qu'un cursus de spécialisation pour monter en compétences (DevOps, Cloud Amazon, Angular, JavaScript...) :

- Reconversion – Cursus long (10 mois, bac+5) : [Architecte logiciel – cycle long](#)
- Reconversion - Cursus court (6 mois, bac+3/4) : [Concepteur développeur d'applications web](#)
- Spécialisation (4 mois, bac+5) : [Architecte logiciel – cycle court](#)

À travers une pédagogie innovante 100 % en distanciel et axée sur le blended learning, ISIKA favorise une dynamique d'apprentissage alliant autonomie, accompagnement au quotidien et pratique : cours en direct avec les formateurs, mode projet en groupe et TP en autonomie sur une plateforme dédiée. Les résultats sont au rendez-vous avec un taux d'insertion à l'emploi de plus de 86 % dans les 3 mois suivant la fin de la formation.

[Recevez votre invitation pour le prochain webinar d'information](#)