

Manager du développement marketing et commercial

RNCP11933 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	07/08/2021

Certificateur(s)

ASS GROUPE ISEG INSTIT SUP EUROP GESTI · SIRET : 41128635400013

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
INSTITUT SUPERIEUR DE GESTION	41374806200010	Former et organiser l'évaluation
I P L "ISEFAC PARIS LILLE"	43456336700052	Former
XP SCHOOL	88163410900014	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le manager du développement marketing et commercial est responsable de l'activité marketing et commerciale de son entreprise, et à ce titre apporte, dans le cadre d'un comité de direction, sa contribution à l'élaboration de la stratégie de l'entreprise ainsi qu'à la réalisation du budget prévisionnel qui en découle.

Pour cela, la fonction de Manager du Développement Marketing et Commercial exerce sa fonction dans différents cadres d'activités :

- dans un cadre technique et conceptuel avec sa hiérarchie :
- participer à la construction de la stratégie d'entreprise, élaborer la stratégie marketing, et définir les concepts qui en découlent.
- dans un cadre technique et méthodologique avec sa structure :
- concevoir et décider de la politique commerciale et élaborer le plan d'action dans un cadre budgétaire.
- dans un cadre managérial et organisationnel :
- organiser la structure commerciale et définir ses moyens humains en relation avec la DRH et technologiques en relation avec la direction informatique et web.
- animer, diriger, contrôler les équipes marketing et commerciales à l'aide d'outils de pilotage

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

- prendre des décisions stratégiques, juridiques (en s'appuyant sur des Conseils) dans un environnement complexe et souvent éloigné de ses bases, et connaît les processus de ventes relatifs à des marchés ou des engagements à moyen et long terme de l'entreprise.

- prendre en compte les nouveaux segments de population ainsi que l'émergence de nouveaux modes de consommation (e-commerce).
- appréhender et tenir compte des différents stades de sophistication du marketing selon les pays où il exerce son métier (pays industriels et nouveaux marchés).
- maîtriser les nouveaux canaux de commercialisation via les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) et est à même de concevoir une stratégie cross canal c'est-à-dire l'orchestration de l'ensemble des canaux de distribution de façon simultanée : sites web, points de vente physiques, bornes interactives, applications e-commerce, emailing, etc.).
- maîtriser les principes et techniques de négociation, et travaille en bonne intelligence avec les autres services en ce qui concerne la bonne exécution des commandes de la réception jusqu'au règlement.
- partager les préoccupations de ses pairs et de sa Direction Générale et sait être force de proposition.
- détecter les zones et les marchés à forte croissance et sait gérer des marchés matures et des pays émergents en adaptant les méthodes de commercialisation et de communication au contexte local.
- organiser et motiver une équipe commerciale. Il sait faire appel à des spécialistes des nouveaux médias, de la gestion de la relation client, des réseaux sociaux, du mobile et d'horizons et des nouveaux profils venus d'univers variés (design, web, création, etc.).
- gérer les tensions et les conflits à l'intérieur de sa propre structure ainsi que dans l'entreprise.
- entretenir des relations professionnelles avec des partenaires locaux et trouver des alliances avec institutions et des personnalités influentes représentatives de la profession.
- convaincre tout en démontrant le bien fondé de ses propos.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activité sont très variés et concernent aussi bien le secteur secondaire :

Biens d'équipement aux particuliers et aux entreprises,

Biens intermédiaires destinés à la transformation, pour les particuliers (bricolage) et les entreprises (industries)

- Dans l'Industrie (Négoce de matières premières et produits semi-finis),
- Dans le Bâtiment (Négoce de matériaux de construction)

Biens de consommation (cosmétiques, parapharmacie, agroalimentaire, prêt-à-porter, luxe)

Que le tertiaire à travers les Services et plus particulièrement :

Les Assurances et organismes Financiers, Locations et Leasing

Les cabinets d'Etudes, de Conseil et d'Assistance

Les Services Publics et les Collectivités Locales

Cependant, la demande de ce type de profil concerne le Commerce et la Distribution.

A ceci s'ajoute le besoin des PME-PMI françaises, qui :

- sous l'influence de la Politique Communautaire et de l'OMC, en tant que sous-traitants ou équipementiers accompagnent leurs principaux clients (constructeurs des secteurs de l'automobile, de l'aéronautique, etc.) dans une aventure internationale

ou

- sous l'influence d'une nouvelle génération de dirigeants et de repreneurs d'entreprise, spécialisés dans la fabrication de produits régionaux (produits agroalimentaires, arts de la table, vins et spiritueux, prêt-à-porter, etc.), veulent conquérir des espaces nouveaux.

ou

- sous l'influence de la mondialisation et de la communication numérique, veulent être présent dans le e-commerce et utiliser les nouveaux modes de communication.

Ces nouvelles tendances génèrent cette demande de responsables capables aussi bien d'animer une activité commerciale que faire un marketing de développement créatif et innovant, afin de repositionner produits et marques, et aussi promouvoir de nouvelles gammes de produits.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur Marketing et Commercial
- Directeur Marketing
- Directeur Marketing Vente
- Sales Manager

- Export Manager
- Responsable Commercial & Marketing
- Entrepreneur
- Chargé d'Etudes

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

57 % de représentants extérieurs

43 % de représentants intérieurs

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

57 % de représentants extérieurs 43 % de représentants intérieurs

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 07/08/2021

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP36025

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.iseg.fr

<http://www.iseg.fr>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/11933/>