

Directeur marketing et commercial

RNCP14536 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312n
Code(s) ROME	M1707, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	14/04/2017

Certificateur(s)

Institut français de gestion (IFG CNOF)

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Directeur Marketing et Commercial assure l'élaboration des politiques marketing et commerciale de l'entreprise dans le respect de la stratégie poursuivie par la direction générale et des budgets fixés. Il formalise les décisions prises dans le cadre de plans (plans marketing et plan d'action commerciale) et il suit et contrôle les mises en œuvre sur le terrain.

Ce professionnel développe la présence de l'entreprise sur ses marchés par l'application de plans d'action à plus ou moins long terme. Il est responsable du plan marketing (ou marketing mix), il élabore les outils et les instruments de la politique commerciale en relation avec les services techniques (bureau d'études) et les commerciaux. Il supervise l'ensemble des activités marketing, communication et publicité de l'entreprise. L'aspect conception domine dans cette fonction : études produit, études de marché, conception des opérations de lancement et de promotion. Si on la situe traditionnellement en amont des activités opérationnelles de ventes, elle joue en réalité un rôle tout au long de la chaîne de commercialisation : développement des produits et des services, analyse des marchés, communication, support à la vente...

Les évolutions permanentes liées à la diffusion de l'information exigent du Directeur Marketing de se tenir informé de ces innovations, afin de faire évoluer les outils marketing utilisés par l'entreprise. Il a ainsi pour responsabilité de positionner l'entreprise au sein de réseaux sociaux, blogs et autres outils nouveaux.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire de la certification est capable de :

- Concevoir les instruments de veille concurrentielle et piloter les études de marché afin de permettre à l'entreprise d'identifier et de hiérarchiser les évolutions de la demande, les compétences distinctives des concurrents, et les évolutions des facteurs d'influence (technologiques, économiques, politiques et sociologiques)
- Analyser les différentes informations collectées pour établir le diagnostic externe de l'environnement de l'entreprise (demande, offre, facteurs d'influence, rôle des différentes parties prenantes)
- Piloter la mise en place et les évolutions d'un système d'information marketing performant afin de favoriser l'efficacité des décisions marketing et de mesurer la performance des actions marketing et commerciales engagées
- Elaborer, en coordination avec les autres membres du comité de direction de l'entreprise, le(s) plan(s) stratégique(s) (à long terme) en fonction des différentes options stratégiques retenues afin de présenter un plan de développement de l'entreprise compatible avec l'environnement et les moyens de celle-ci.
- Articuler ce(s) plan(s) stratégique(s) avec le plan marketing et le plan d'action commerciale afin d'assurer la mise en œuvre opérationnelle du plan de développement de l'entreprise

- Identifier les segmentations marketing pertinentes afin de gérer pour chaque cible retenue l'offre Produits/Services/Prix de l'entreprise et de valoriser les éléments de mise sur le marché : distribution / Forces de vente / Communication
- Budgéter le plan marketing afin de s'assurer de sa compatibilité avec les moyens confiés par l'entreprise
- Elaborer les outils de pilotage financiers afin de suivre l'implémentation de la stratégie marketing et commerciale et d'engager des actions correctives
- Mobiliser ses capacités de leadership et ses compétences managériales afin d'animer les équipes autour des objectifs marketing et commerciaux de l'entreprise

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous secteurs.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les emplois occupés peuvent être :

- directeur ou responsable de la stratégie commerciale
- directeur ou responsable marketing
- directeur ou responsable du développement

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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 continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

30% de représentants de l'organisme

70% de professionnels extérieurs

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 14/04/2017

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP4529

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<http://www.ifg-france.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/14536/>