

Responsable marketing et commercial

RNCP16628 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1705, D1407, M1707, D1406, M1701
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	28/04/2018

Certificateur(s)

COSEMO - ESGCI (Ecole supérieure de gestion et commerce international)

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Aujourd'hui et plus que jamais, pour faire face à la concurrence et se positionner en tant que leader sur leur secteur d'activité les entreprises investissent dans des opérations commerciales et de marketing : campagnes publicitaires, actions auprès d'une cible identifiée, études de marché pour mieux cerner les attentes des consommateurs.

Les dimensions commerciales et marketing étant devenues indissociables, les entreprises recherchent des profils complets pouvant accompagner la création et le développement de produits ou service et assurer le suivi et la relation avec les clients. Pour ce faire, elles recherchent des Responsables Marketing et Commercial, qu'elles chargent du développement des activités liées à la promotion et à la vente de leurs produits ou services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché.

Le Responsable Marketing et Commercial est un cadre occupant des fonctions opérationnelles de middle management au sein d'entreprises de toutes tailles ou de multinationales, dans les secteurs : de l'industrie, des services ou du luxe, dans les petites et moyennes entreprises. Il peut aussi exercer des activités identiques en agence.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

les grands domaines d'activités du responsable marketing et commercial peuvent être synthétisées en 6 grandes familles qu'il peut exercer tout ou en partie.

1 Sélection, conception et mise en œuvre des actions marketing

Le recueil d'informations sur le marché et ses principaux acteurs

Le positionnement de l'entreprise au regard de son offre et de la concurrence

L'analyse de la stratégie marketing opérationnelle de l'entreprise

Le choix des actions marketing en cohérence avec la stratégie de l'entreprise

Les modalités de suivi des actions et les critères d'évaluation

2 Prospection et développement commercial de sa zone

L'identification des besoins réels de l'entreprise en termes de conquête de nouveaux marchés et de fidélisation de clientèle

L'analyse de sa zone et le repérage de ses potentialités

L'identification des caractéristiques des cibles visées

L'élaboration et la mise en œuvre d'opération de conquête et de fidélisation selon la segmentation de la clientèle

3 Définition et mise en œuvre du plan d'action commerciale

L'analyse du plan commercial et marketing de l'entreprise

- Le choix des offres à promouvoir et des cibles visées
- Le choix des actions à conduire et la définition des objectifs qualitatifs et quantitatifs
- La répartition des actions au sein de son équipe
- Les modalités de suivi et d'évaluation des actions
- Le contrôle des actions et les adaptations à effectuer
- 4 Gestion de la Relation Client
 - L'évaluation de la valeur d'un client et sa dimension stratégique pour l'entreprise
 - La définition d'une approche client
 - La mise en œuvre d'une démarche individualisée
 - Le suivi de l'offre à chacune de ses étapes
 - La définition d'une démarche de gestion de la relation client
- 5 Management d'une équipe opérationnelle
 - La constitution des équipes commerciale et la définition des missions de chacun,
 - L'encadrement des équipes, la supervision du déroulement des actions et du travail effectué
 - La mise en place, le suivi et l'animation des réseaux (agents commerciaux, distributeurs, licenciés, franchisés...)
 - L'organisation d'incentives
 - La résolution des problèmes rencontrés
 - La gestion de la formation
- 6 Pilotage de la veille sur son secteur, anticipation et recherche d'innovation
 - Le repérage de ce qui se fait chez les différents clients et concurrents
 - Le suivi des évolutions des produits et des modes de communication
 - Le pilotage d'études complémentaires et la capitalisation des informations
 - L'évaluation de l'incidence d'une croissance d'activité
 - La recherche d'innovation et la créativité permanente

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les fonctions de responsable marketing & commercial peuvent s'exercer dans tous les secteurs professionnels et la taille de l'entreprise ne représente pas un critère majeur pour l'exercice de la fonction.

Il peut exercer dans tous les secteurs d'activités : services, industries, agroalimentaire, distribution, banques...etc.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chargée de marketing
- Chef de produit
- Chef de projet
- Business developer
- Responsable clientèle
- Conseiller clientèle
- Chargé d'affaires
- Responsable de secteur

RÈGLEMENTATIONS 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)

Modérée (3/5)

Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.

Facteurs principaux

Manque de main-d'œuvre disponible

Salaire médian (mensuel)	2 931 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	42 589
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Au minimum 50 % des membres du jury sont externe à l'organisme avec pour moitié des représentants des professions salariés et pour moitié des représentants des professions employeurs.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Au minimum 50 % des membres du jury sont externe à l'organisme avec pour moitié des représentants des professions salariés et pour moitié des représentants des professions employeurs.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 28/04/2018

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP5450

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP18000

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/16628/>