

Manager relation client (MS)

RNCP17836 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310p
Formacode(s)	34076
Code(s) ROME	M1703, M1704, M1705, M1402, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	19/07/2022

Certificateur(s)

NEOMA BUSINESS SCHOOL · SIRET : 83429535400015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager Relation Client conçoit et conduit, au sein d'un service qu'il supervise, la stratégie relation client en adéquation avec la stratégie de l'entreprise et plus particulièrement avec la stratégie commerciale et marketing.

Il est chargé de mettre en place et de superviser des process, outils et moyens pour développer la connaissance des clients de l'entreprise afin d'améliorer leur satisfaction et donc leur fidélisation.

Il contribue également au développement et à la promotion des offres de services.

Il assure le suivi opérationnel des projets (on-line, off-line et mobile), et adapte les offres clients en temps réel grâce à l'analyse des données « big data » en continu.

Il est chargé de mettre en place des indicateurs de performance, d'en assurer l'analyse et de faire des reportings à la Direction. Il développe la culture client au sein de l'entreprise.

Dans les métiers ci-dessus, le client est compris dans son acceptation courante c'est-à-dire externe à l'entreprise mais le Manager Relation Client peut aussi exercer son activité au sein de grands groupes pour piloter les relations avec les filiales ou agences considérées comme clients internes comme par exemple en tant que Service development manager.

Il peut également être consultant dans le domaine de la relation client (Management de la Relation Client - CRM, fidélisation client,...).

Il exerce les activités suivantes :

- 1) élabore une stratégie marketing centrée client
- 2) développe la culture client au sein de l'entreprise
- 3) contribue au développement de l'offre client
- 4) pilote la relation client
- 5) gère les ressources financières et humaines dédiés à la relation client

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire est capable de :

- analyser l'environnement sur la base des données disponibles (internes et externes)
- appliquer des concepts clés de la stratégie marketing
- identifier les points d'interaction entre le client et la marque
- identifier les principaux leviers de la politique marque pour une relation client optimisée (engagement, satisfaction)

- déterminer les facteurs inhérents au comportement multicanal des consommateurs afin de maîtriser le parcours client
- établir les leviers stratégiques et marketing relatifs au CRM (Customer Relationship Management)
- intégrer la mutation technologique et la transformation digitale de l'entreprise dans le développement d'une culture client
- définir une stratégie de veille économique et concurrentielle en vue d'améliorer la connaissance client
- définir une stratégie multicanale de recueil d'information
- analyser les données clients et présenter les résultats
- replacer l'offre client dans le contexte d'une transformation digitale de l'entreprise
- recommander des solutions innovantes pour la différenciation et l'enrichissement de l'expérience client
- identifier les différents objectifs poursuivis dans la conception des bases de données relationnelles
- définir les données nécessaires à la conception des bases de données relationnelles
- utiliser les outils d'analyse statistique et les différentes techniques de gestion d'analyse des bases de données
- mettre en place les outils de référencement Web
- analyser les données clients issues des réseaux sociaux
- définir des indicateurs de suivi de la performance de la stratégie relation client
- mesurer et synchroniser les impacts des ajustements effectués
- identifier les missions clés liées à la relation client
- évaluer le potentiel et la performance des collaborateurs
- communiquer efficacement avec les collaborateurs et faire preuve de persuasion
- contribuer au travail d'une équipe et la manager
- mettre en place des outils de suivi de la performance de la relation client

Blocs de compétences

RNCP17836BC01 — Elaborer une stratégie marketing centrée client

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- analyser l'environnement sur la base des données disponibles (internes et externes)
- appliquer des concepts clés de la stratégie marketing
- identifier les points d'interaction entre le client et la marque
- identifier les principaux leviers de la politique marque pour une relation client optimisée (engagement, satisfaction)
- déterminer les facteurs inhérents au comportement multicanal des consommateurs afin de maîtriser le parcours client
- établir les leviers stratégiques et marketing relatifs au CRM

Modalités d'évaluation :

Dans le cadre d'une étude de cas en groupe avec présentation orale (4 jours en centre)

- présentation d'une stratégie marketing en utilisant de façon pertinente les outils d'analyse stratégique
- identification des leviers stratégiques liés à la relation client
- proposition d'une stratégie d'engagement client

Dans le cadre d'un travail en groupe en partenariat avec une entreprise (5 jours en centre et en entreprise)

- définition d'une stratégie d'amélioration de l'expérience client dans un contexte réel d'entreprise

RNCP17836BC02 — Développer la culture client au sein de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- intégrer la mutation technologique et la transformation digitale de l'entreprise dans le développement d'une culture client
- définir une stratégie de veille économique et concurrentielle en vue d'améliorer la connaissance client
- définir une stratégie multicanale de recueil d'information

Modalités d'évaluation :

Dans le cadre d'une étude de cas en groupe (4 jours en centre)

- présentation orale d'une stratégie de transformation digitale et de l'impact en terme de culture client : système d'information, canaux d'information et de communication (multicanal), stratégie de veille...

- production d'une analyse sur le changement induit par l'évolution de la culture technologique du client

RNCP17836BC03 — Contribuer au développement de l'offre client

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- analyser les données clients et présenter les résultats
- replacer l'offre client dans le contexte d'une transformation digitale de l'entreprise
- recommander des solutions innovantes pour la différenciation et l'enrichissement de l'expérience client

Modalités d'évaluation :

Dans le cadre d'une étude de cas (7 jours en centre et travail personnel) :

- présentation en groupe d'un projet de développement d'une offre client innovante et différenciante en phase avec les attentes des clients et intégrant notamment les nouveaux outils digitaux
- rédaction d'une synthèse individuelle de 3 à 5 pages sur la transformation digitale de l'entreprise et son impact sur l'offre client

RNCP17836BC04 — Piloter la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- identifier les différents objectifs poursuivis dans la conception des bases de données relationnelles
- définir les données nécessaires à la conception des bases de données relationnelles
- utiliser les outils d'analyse statistique et les différentes techniques de gestion d'analyse des bases de données
- mettre en place les outils de référencement web
- analyser les données clients issues des réseaux sociaux
- définir des indicateurs de suivi de la performance de la stratégie relation client
- mesurer et synchroniser les impacts des ajustements effectués

Modalités d'évaluation :

Dans le cadre d'une étude de cas (3 jours en centre) :

- présentation en groupe d'une stratégie de développement de la connaissance client et de segmentation client s'appuyant sur l'analyse des données relative à la dynamique digitale de la marque : CRM, datamining, référencement WEB, réseaux sociaux

Dans le cadre d'une étude de cas (3 jours en centre) :

- définition d'un ensemble d'indicateurs de performance d'une stratégie relation client s'appuyant sur une analyse statistique de données

RNCP17836BC05 — Gérer les ressources financières et humaines dédiées à la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- identifier les missions clés liées à la relation client
- évaluer le potentiel et la performance de ses collaborateurs
- communiquer avec les collaborateurs et faire preuve de persuasion
- contribuer au travail d'une équipe et la manager
- mettre en place des outils de suivi de performance de la relation client

Modalités d'évaluation :

- rédaction individuelle d'un compte-rendu d'une mise en situation de travail en équipe autour d'une problématique liée à la relation client avec prise de décision (2 jours en centre)
- diagnostic de la situation,
- repérage des acteurs,
- compréhension des rôles et mission,
- autodiagnostic
- rédaction individuelle d'un dossier d'analyse de la rentabilité des décisions liées à la relation client (2 jours en centre)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier s'exerce dans toute entreprise disposant d'une fonction Marketing et souhaitant développer une stratégie de relation client (connaissance du client, gestion du client, satisfaction du client, fidélisation). Tous les secteurs d'activité sont concernés, avec une prévalence des secteurs liés aux biens de consommation et à l'e-commerce. Le poste peut également être exercé en cabinet d'étude Marketing.

La taille des entreprises est variable, allant de la start-up à la grande entreprise, nous observons toutefois que les postes occupés par les titulaires de la certification sont majoritairement au sein d'entreprises de plus de 250 salariés.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le Manager Relation Client peut exercer ses fonctions dans :

- o Le développement commercial : - Conseiller client - conseiller financier dans le secteur bancaire - Responsable commercial - Directeur de groupe commercial - Sales Manager / Sales Executive - Chef de publicité - Junior Account Manager
- o Le développement de la relation client : - Chef de projet marketing B to B - Directeur relations collectivités locales - Business Developer / Manager Business Development - Country manager - Responsable Relation Client et outils commerciaux - Responsable Pôle client ou service consommateurs - Responsable Communication Relation Client Web 2.0 (e-CRM Relation Client)
- o La fidélisation client : - Responsable fidélisation Grands Comptes et Agences - Marketing de la fidélisation BtoB - Responsable Grands Comptes
- o La gestion de projets de développement de la relation client : - Project Management Officer / Chef de projet - Développement du CRM - Responsable Marketing Opérationnel - Chef de produit / Product Manager - Senior Project Manager - Ingénieur WEB projets Relation Client - Business analyst
- o L'expérience client : - Responsable de l'expérience client BtoB - Responsable marketing experience client fibre - Directeur de projet expérience clients

Le Manager Relation Client peut aussi exercer son activité au sein de grands groupes pour piloter les relations avec les filiales ou agences considérées comme clients internes comme par exemple en tant que Service Development Manager.

Il peut également exercer ces activités en tant que consultant : - Consultant Customer Experience - Consultant Digital Customer Experience - Consultant FinTech / InsurTech

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)	2 983 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) 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)	25 448

Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) 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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels

COMPOSITION DU JURY — VAE

6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA business school dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 19/07/2022

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36530

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://neoma-bs.fr/formations/mastere-specialise-marketing-et-data-analytics/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/17836/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	1 500 €

Coût moyen par dossier	1 500 €
Durée moyenne	435 h
Période	09/2020
France compétences	100 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.