

Responsable marketing opérationnel

RNCP20504 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	D1406, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	04/01/2021

Certificateur(s)

C3 INSTITUTE · SIRET : 44178288500046

Partenaires habilités

43 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 43 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ALTEA FORMATION	43780876900040	Former
ALTERNA COMPETENCES	43028958700049	Former
ALTERNANCE EXXECC	50208449400017	Former
ALTERNANCE FORMATION	50776692100013	Former
BLEU CONCEPT FORMATION	42070278900066	Former
BP CONSEIL FORMATION	48468982300033	Former
CALPE	52170144100037	Former
CAMPUS D'ENSEIGNEMENT SUPERIEURE PRIVE DE BREST	81398319400016	Former
CESAME SUP	80210238400046	Former
CFP ECOLE NANTAISE DE COMMERCE-ENC	44229373400012	Former

Liste complète des 43 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp20504-responsable-marketing-operationnel/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable marketing opérationnel est chargé d'élaborer et de proposer à sa direction les grandes lignes de la stratégie commerciale de l'entreprise. Pour cela, il recueille les informations sur les attentes des clients et sur la concurrence.

À l'écoute de l'évolution du marché et des informations collectées sur le terrain, le responsable marketing réalise des analyses marketing pointues.

Il analyse les ventes et donne les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit ; il participe à la définition du plan marketing (catalogues, études de marché, argumentaires...) et il contribue à l'élaboration de la

stratégie produits et image de marque.

À partir de ces études, il a pour rôle de déceler et d'évaluer les opportunités du marché et d'établir un plan d'action. Parallèlement à ces compétences d'analyse et de synthèse, le responsable marketing doit posséder des compétences financières et juridiques, maîtriser l'informatique de gestion et parler une deuxième langue étrangère, l'anglais est indispensable.

Le Responsable Marketing Opérationnel exerce 5 activités, quelle que soit la fonction spécifique dans laquelle il intervient :

A1 – Réaliser des études de marché : étudier des marchés et des secteurs d'activité, analyser des caractéristiques produit, identifier et analyser les concurrents de marchés

A2 – Analyser des positionnements d'offres et de produits : Etudes de stratégies de positionnement d'offres, études de clientèle cible

A3 – Concevoir des actions de marketing opérationnel : Conception d'action de marketing opérationnel, réalisation de budgets prévisionnels d'opération, présentation de propositions d'actions

A4 – Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing : programmation et planification de déroulements d'actions, management d'équipes et de prestataires, suivi de déroulement d'opérations.

A5 – Valoriser les impacts des actions de marketing opérationnel : analyse des retombées d'impacts, valorisation de résultats d'action de marketing opérationnel, réalisation de bilan d'actions marketing

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire est capable de :

- 1 – Structurer des projets d'études marketing
- 2 – Analyser les caractéristiques produits
- 3 – Etudier des stratégies de positionnement d'offre
- 4 – Etudier des clientèles cibles
- 5 – Concevoir des actions de marketing opérationnel
- 6 – Réaliser des budgets prévisionnels d'opérations
- 7 – Présenter des propositions d'action et préconiser des choix
- 8 – Programmer et planifier le déroulement des actions de marketing
- 9 – Manager des équipes et des prestataires
- 10 – Suivre le déroulement des opérations
- 11 – Analyser les retombées et impacts d'actions de marketing
- 12 – Valoriser les résultats d'actions de marketing opérationnel
- 13 – réaliser le bilan d'actions marketing.

Blocs de compétences

RNCP20504BC01 — Concevoir des actions de marketing Opérationnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences certifiées au sein du Bloc :

Concevoir des actions de marketing opérationnel

- Analyser des problématiques et des objectifs de clients. Etude des historiques et des actions de marketing précédemment réalisées par des clients
- Analyser des images et des stratégies de positionnement d'entreprises sur des marchés
- Etudier des objectifs d'opérations marketing
- Rechercher, sélectionner et décliner des concepts d'opérations marketing en fonction des attentes des clients
- Etudier la faisabilité d'actions et d'opérations marketing

Réaliser des budgets prévisionnels d'opération

- Estimer des coûts d'opérations et réaliser des budgets prévisionnels
- Estimer des impacts et des retombées d'actions de marketing opérationnel
- Justifier des propositions d'actions et des perspectives de résultats et d'impacts
- Détailler des contenus et des phases d'opérations
- Adapter des formats d'opérations à des besoins et des attentes de clients

Présenter des propositions d'action

- Présenter, conseiller et préconiser des choix d'actions à des clients

Modalités d'évaluation :

A partir d'un cas réel d'entreprise, les candidats analysent et préconisent des solutions d'action de marketing opérationnel.

Ce travail en groupe donne lieu à une soutenance orale de 45 minutes devant un jury durant laquelle un support écrit est rendu. Les candidats disposent de 30 jours pour préparer leur soutenance.

Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.

Intitulé du certificat délivré : Concevoir des actions de marketing Opérationnel

RNCP20504BC02 — Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences certifiées au sein du Bloc :

Programmer et planifier le déroulement des actions

- Analyser des déroulés d'actions de marketing opérationnel
- Etudier des programmations, analyser des conformités de déroulements de phases et d'opérations
- Analyser des comptes rendus et des bilans d'opérations
- Recenser et analyser des incidents rencontrés dans des mises en place d'opérations
- Rechercher les origines et causes de problèmes rencontrés
- Evaluer des performances d'outils de pilotage et de suivi d'opérations

Manager des équipes et des prestataires

- Analyser les fonctionnements avec des prestataires
- Rechercher des modes de management adaptés à des réalisations d'opérations marketing

Suivre le déroulement d'opérations

- Identifier et étudier des points stratégiques dans la réussite d'opérations de marketing opérationnel
- Evaluer les impacts d'incidents ou de problèmes de conduites de projets sur des résultats et des retombées d'opérations

Modalités d'évaluation :

Présentation d'un rapport d'expérience sur un cas réel ou étudié lié à la mise en place d'actions de marketing opérationnel.

Lors de cette épreuve, les candidats doivent soutenir un rapport rédigé suite à une expérience professionnelle réalisée au cours de leur parcours ou étudié. Le rapport doit porter sur une problématique en lien avec la mise en place d'actions de marketing opérationnel.

Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.

Intitulé du certificat délivré : Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing

RNCP20504BC03 — Valoriser des impacts d'actions de marketing opérationnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences certifiées au sein du Bloc :

Analyser les retombées et impacts d'actions de marketing

- Définir des critères d'évaluation
- Structurer des démarches et des outils d'analyses pour mesurer des impacts et des retombées d'opérations
- Réaliser des enquêtes et des entretiens pour réaliser des évaluations qualitatives d'opérations, traitement des résultats
- Rechercher les impacts directs et indirects d'opérations et d'actions de marketing opérationnel

Valoriser les résultats d'actions de marketing opérationnel

- Définir des méthodes de valorisation d'impacts et de retombées d'actions adaptées à des types d'opérations et aux objectifs
- Réaliser des valorisations d'opérations de marketing opérationnel

Réaliser le bilan d'actions marketing

- Présenter les conclusions d'études d'impacts et de retombées d'opérations marketing
- Interpréter et expliquer les résultats d'études d'impacts et de valorisations
- Rechercher les causes et les origines possibles de résultats d'études d'impacts

Modalités d'évaluation :

En lien avec des opérations / actions de marketing opérationnel réalisés en milieu professionnel, les candidats doivent réaliser et présenter les résultats d'une étude d'impacts

Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.

Intitulé du certificat délivré : Valoriser des impacts d'actions de marketing opérationnel

RNCP20504BC04 — Analyser des positionnements d'offres et de produits

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences certifiées au sein du Bloc :

Etudier des stratégies de positionnement d'offre

- Caractériser des produits ou des activités
- Etudier des marchés de types de produits et d'activités
- Analyser des enjeux d'entreprises liés à des types de prestations ou à des gammes de produits
- Etudier des tendances et des évolutions de marchés et de secteurs d'activités
- Analyser des stratégies et des objectifs de commercialisation de produits et d'offres

Etudier des clientèles cibles

- Définir des profils de clients types
- Evaluer des adéquations de positionnements d'offres
- Adapter des positionnements de produits et des présentations d'offres à des profils type de clients
- Définir des problématiques et des enjeux de positionnements de produits en fonction des publics ciblés

Modalités d'évaluation :

A partir d'une étude de cas et de ses annexes sur un produit ou un service (activité, prestation, produit, etc.), le candidat doit élaborer une stratégie d'implantation ou de lancement sur un marché ciblé.

Lors de cette épreuve, les candidats sont confrontés à une problématique d'entreprise. A partir des documents fournis, ils disposent de 4 heures pour élaborer et remettre une stratégie de positionnement du ou des produits sur un marché.

Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.

Intitulé du certificat délivré : Analyser des positionnements d'offres et de produits

RNCP20504BC05 — Réaliser des études de marché

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences certifiées au sein du Bloc :

Structurer des projets d'études marketing

- Sélectionner et adapter des méthodes et des techniques d'analyse de marché
- Rechercher et analyser des informations et des données sur des marchés et des secteurs d'activités (enquêtes, guides d'entretien...) et traiter les résultats

Analyser des caractéristiques produit et assurer une veille concurrentielle

- Répertorier et classer des acteurs de marchés
- Analyser des offres de prestations et de produits
- Etudier des caractéristiques de produits
- Identifier et positionner des concurrents sur des marchés
- Positionner des acteurs sur des marchés

Modalité d'évaluation :

Réalisation d'une étude de marché liée à un produit ou à une activité à partir d'un dossier fourni.

Les candidats auront 4 heures pour réaliser l'étude de marché

L'étude est évaluée à partir des supports écrits remis et des annexes éventuelles.

Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.

Intitulé du certificat délivré : Réaliser des études de marché

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

On retrouve le poste de responsable marketing opérationnel dans un grand nombre d'entreprises, petites ou grandes, tous secteurs confondus (services, industries, biens de consommation) et aussi dans des cabinets de conseils. Le responsable marketing dépend généralement du directeur de l'entreprise ou du directeur marketing. Ce métier suppose des contacts divers en interne (production, R&D, achats, ventes) comme en externe (publicité, clients...), ainsi que de fréquents déplacements.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable projets marketing

- Responsable des études marketing
- Chargé d'études marketing
- Ingénieur d'affaires,
- Chef de marché,
- Chef de produit,
- Chef de marque,
- Ingénieur marketing,
- Consultant marketing.
- Attaché commercial,
- Responsable de la performance marketing

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

5 personnes :

- 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury
- Le Directeur Pédagogique

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 04/01/2021

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP35261

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/20504/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	1 200 €
Coût moyen par dossier	1 200 €
Durée moyenne	455 h
Période	01/2021
France compétences	93 %
Reste à charge titulaire	7 %

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