

Responsable en marketing et développement commercial

RNCP22994 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	07/08/2021

Certificateur(s)

ASSOCIATION GROUPE ESSEC · SIRET : 77566395800046

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable marketing et développement commercial exerce sa fonction au sein de petites et moyennes structures ou dans de grandes entreprises

Selon la taille de son entreprise, le responsable marketing et développement commercial assure tout ou partie de la mise en œuvre de la politique marketing et commerciale de sa structure selon des objectifs de rentabilité économique. Responsable d'un service, il organise le travail et coordonne les moyens humains, financiers et logistiques ainsi que la planification des différentes tâches des personnes impliquées dans le développement des projets dont il assure le pilotage.

Acteur du développement marketing et/ou commercial, il agit en véritable partenaire d'affaires et participe pleinement au sein de son organisation à la création de valeur.

Le responsable marketing et développement commercial exerce les grands domaines d'activités suivants :

1. Participation à la définition de la politique marketing et commerciale.
2. Mise en œuvre de la politique marketing et/ou commerciale.
3. Participation à la définition de la stratégie marketing et digital et mise en œuvre.
4. Management de l'équipe.
5. Gestion et pilotage du budget de son unité.

Ces activités, selon la taille de l'entreprise, peuvent s'exercer dans un cadre local (agence ou centre de profit), national ou international, en France ou à l'étranger.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- Organiser le mode de recueil des informations
- Analyser les informations relatives au marché du produit ou du service, à la concurrence et à l'environnement économique, technologique, social et culturel, en France et à l'international
- Identifier les besoins des clients, prospects, des utilisateurs et des prescripteurs
- Réaliser des études
- Définir la structure organisationnelle et les territoires de manière optimale en fonction de la stratégie commerciale
- Définir les attentes et des objectifs précis
- Motiver les commerciaux en fonction de leurs spécificités
- Développer les techniques de négociation et communication dans un but commercial
- Encourager l'atteinte des objectifs en fixant rémunération et système de reconnaissance

- Valider l'atteinte des objectifs et des attentes grâce à un système de suivi, de contrôle et d'évaluation
- Définir et répartir les missions et les rôles de chacun des membres de l'équipe
- Préciser le niveau d'autonomie et de responsabilité de chacun
- Coordonner les activités de chacun des membres de son équipe
- Adapter son mode de management
- Motiver et accompagner individuellement ou collectivement les membres de son équipe
- Analyser les états financiers à l'aide d'outils simples
- Définir les outils de pilotage budgétaire
- Piloter le budget
- Suivre et analyser les données d'activité du service
- Etablir et proposer des axes d'évolution
- Communiquer les informations sur les résultats d'activité, les évolutions

Blocs de compétences

RNCP22994BC01 — Participation à la définition de la politique marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

Organiser le mode de recueil des informations

Analyser les informations relatives au marché du produit ou du service, à la concurrence et à l'environnement économique, technologique, social et culturel, en France et à l'international

Identifier les besoins des clients, prospects, des utilisateurs et des prescripteurs

Réaliser des études

Analyser les produits et des services

Diagnostiquer la politique marketing et commerciale de l'entreprise

Elaborer un plan marketing opérationnel

Choisir les actions à entreprendre

Identifier les produits / services à rénover

Identifier les nouveaux produits / services à proposer

Fixer les objectifs en fonction des cibles

Modalités d'évaluation

Réalisation d'une veille concurrentielle pour un produit et/ou service

Mise en œuvre d'un questionnaire pour une étude de marché qualitative et/ou quantitative en BtoB et en BtoC

Réalisation d'une matrice diagnostic SWOT (strengths weaknesses opportunities threats / forces, faiblesses, opportunités, menaces)

Réalisation d'un marketing mix et d'un plan d'actions

Validation

Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat

RNCP22994BC02 — Gestion et pilotage du budget de son unité (Bloc commun avec le bloc n° 4 de la certification Responsable en management opérationnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

Analyser les états financiers à l'aide d'outils simples

Définir les outils de pilotage budgétaire

Piloter le budget

Suivre et analyser les données d'activité du service

Etablir et proposer des axes d'évolution

Communiquer les informations sur les résultats d'activité, les évolutions

Modalités d'évaluation

Analyse d'états financiers

Elaboration et déploiement de la mise en place d'un tableau de bord prospectif destiné au pilotage des activités opérationnelles d'une entreprise

Réalisation d'un support écrit de présentation et présentation orale de 10 minutes à partir d'une situation réelle d'entreprise

Validation

Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat

RNCP22994BC03 — Participation à la définition de la stratégie marketing digital et mise en œuvre

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

Mettre en place une stratégie de veille sur internet

Anticiper la stratégie des concurrents via le digital

Valider et filtrer les sources d'information

Contribuer à l'évolution du business model en y intégrant le e-commerce

Contribuer à la définition d'une stratégie digitale à partir des cibles visées

Gérer et renforcer la visibilité et la lisibilité de l'offre de produits et services sur l'ensemble des canaux digitaux

Mettre en place un parcours client digitalisé

Piloter la relation client à 360°

Utiliser et maîtriser les indicateurs de performance digitale (par exemple Google Analytics)

Modalités d'évaluation

Réalisation d'une stratégie digitale BtoB / BtoC avec analyse digitale et concurrentielle du marché, définition de la problématique, stratégie digitale recommandée, positionnement, plan d'actions, budget et planning

Validation

Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat

RNCP22994BC04 — Management de l'équipe (Bloc commun avec le bloc n° 3 de la certification Responsable en management opérationnel et le bloc n° 5 de la certification Responsable en contrôle de gestion et gestion financière)

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

Définir et répartir les missions et les rôles de chacun des membres de l'équipe

Préciser le niveau d'autonomie et de responsabilité de chacun

Coordonner les activités de chacun des membres de son équipe

Adapter son mode de management

Motiver et accompagner individuellement ou collectivement les membres de son équipe

Modalités d'évaluation

Réalisation d'un diagnostic organisationnel synthétique de l'entreprise avec préconisation d'axes d'amélioration opérationnelle

Analyse d'un dysfonctionnement au sein d'un groupe avec recommandations managériales

Validation

Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat

RNCP22994BC05 — Mise en œuvre de la politique marketing et / ou commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

Evaluer le portefeuille de produits et de marques

Identifier les moyens à mobiliser (innovation, rénovation)

Décider des actions à entreprendre pour optimiser la gamme

Fixer les prix en fonction des modes de vente

Définir la structure organisationnelle et les territoires de manière optimale en fonction de la stratégie commerciale

Définir les attentes et des objectifs précis

Motiver les commerciaux en fonction de leurs spécificités

Développer les techniques de négociation et communication dans un but commercial

Encourager l'atteinte des objectifs en fixant rémunération et système de reconnaissance

Valider l'atteinte des objectifs et des attentes grâce à un système de suivi, de contrôle et d'évaluation

Modalités d'évaluation

Diagnostic d'une gamme de produits

Fixation d'un prix d'un produit ou d'un service

Réalisation d'un cas en équipe sur la définition d'une stratégie commerciale

Simulation d'entretiens de négociation et rédaction d'un journal (individuel) sur les pratiques de négociation

Validation

Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'activité du responsable en marketing et développement commercial s'exerce au sein de toutes structures et de toutes tailles :

- Principalement des entreprises commerciales (BtoC, BtoB et e-commerce),
- Mais aussi des entreprises industrielles,
- Et sociétés de services.

Le responsable peut exercer son activité dans l'ensemble des secteurs d'activités.

Les secteurs d'activités les plus représentés parmi les diplômés des 3 dernières années sont : informatique / télécoms, distribution, pharma/santé, tourisme.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable marketing et commercial dans des petites structures.

Dans des grandes structures :

Responsable commercial / ou de service commercial.

Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel.

Coordinateur marketing.

Chef de produit / Marketing manager.

Chef de projet.

Responsable du développement / Responsable du Business Development.

Responsable commercial Grands Comptes, Responsable Grands Comptes (Key Account Manager).

Responsable/chef de secteur.

Responsable des Ventes / Responsable administration des Ventes.

Responsable de la relation clientèle / Manager relation client / Responsable Clientèle.

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 continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

2 professionnels en activité du domaine concerné

2 représentants de l'ESSEC

COMPOSITION DU JURY — VAE

2 professionnels en activité du domaine concerné, 1 représentant employeur, 1 représentant salariés

2 représentants de l'ESSEC

Base légale

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Tél : +33 (0)1 46 92 49 00

Groupe ESSEC

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/22994/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	3
Montant total engagé	21 598 €
Coût moyen par dossier	7 199 €
Période	03/2021 – 07/2021
Entreprise	58 %
France compétences	42 %

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