

Manager marketing et commercial

RNCP23639 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312n
Code(s) ROME	M1705, M1703, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	23/08/2020

Certificateur(s)

INST ETUDES ECONOMIQUES COMMERCIALES · SIRET : 31240903000102

Institut des hautes études économiques commerciales (INSEEC Bordeaux)

<http://www.masters.inseec.com>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le métier de «Manager Marketing et Commercial» a pour finalité de s'occuper du positionnement et de la stratégie de l'entreprise à court, moyen et long terme. Le Manager Marketing et Commercial définit la stratégie marketing et entreprend, en collaboration avec son équipe, des actions destinées à mettre en œuvre le plan marketing et à mettre en place la politique commerciale.

Les détenteurs du Titre "Manager Marketing et Commercial" peuvent occuper des fonctions très variées. Ils ont pour responsabilité l'encadrement des départements commerciaux, marketing et export dans des grandes entreprises, des groupes ou des PME en France et à l'international. L'activité varie selon le secteur, la taille de la structure et les budgets.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences dont le « Manager marketing et commercial » doit faire preuve s'articulent autour de 7 Pôles:

1. A partir des grandes orientations stratégiques de l'entreprise, évaluer les différentes composantes des différents marchés étudiés, puis déterminer les objectifs à atteindre, les moyens à dégager et les actions à mettre en œuvre, puis
 - Concevoir les méthodes pour analyser l'évolution d'un marché sur un secteur défini, et préciser les spécificités régionales, nationales et internationales
 - Mettre en place des outils de gestion et en analyser les données afin d'optimiser la prise de décision
 - Identifier les facteurs d'influence des acheteurs et des consommateurs
2. Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing
 - Définir un produit (ou service) ou une gamme de produits (ou services) adaptés aux objectifs en termes de faisabilité économique et technique, puis en estimer la rentabilité
 - Définir l'identité et le territoire d'une marque afin de contribuer au déploiement de l'entreprise sur de nouveaux marchés
 - En tenant compte de la stratégie et à partir des données terrain relatives à la connaissance client, construire un plan marketing
 - Proposer des plans d'action en coopération avec les opérationnels
3. Définir et mettre en œuvre les actions marketing
 - Définir, mettre en place et suivre le plan marketing à court et moyen terme, en s'appuyant sur les moyens

financiers, techniques, commerciaux et humains de l'entreprise

- Organiser les aspects opérationnels du développement commercial de l'entreprise auprès des distributeurs
- Animer et développer un circuit de distribution performant

4. Définir et mettre en place la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise

- Auditer la structure commerciale existante et préconiser des actions correctives d'amélioration à court et moyen termes.

- Définir le positionnement d'une enseigne dans le circuit de distribution existant
- Structurer, recruter, former, animer et motiver la force de vente
- Elaborer un budget commercial, concevoir et mettre en oeuvre un plan d'actions commerciales

5. Définir les décisions marketing et commerciales pour un développement à l'international

- Evaluer et scorer les marchés internationaux potentiels et choisir le marché cible à pénétrer
- Définir le mode d'entrée à l'international le plus approprié
- Analyser différents plans marketing internationaux pour un même produit, et calculer le seuil de rentabilité
- Définir une politique d'internationalisation d'un produit ou d'un service et en évaluer les risques
- Assurer le développement et la visibilité des produits sur les marchés étrangers

6. Elaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing digitale et e-commerce

- Décliner la stratégie marketing en s'appuyant sur des canaux de communication digitaux
- Concevoir et développer des interfaces utilisateurs
- Mettre en place et suivre un plan marketing d'acquisition ainsi que les actions de fidélisation visant à optimiser la valeur de la base client

7. Intégrer les contraintes juridiques au développement de la stratégie marketing et commerciale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les titulaires de la certification « Manager Marketing et Commercial » peuvent exercer leur métier dans le secteur privé et quel que soit le statut et la taille de l'organisation. Ils sont aptes à exercer leurs fonctions dans le développement, la mise en place, la promotion et la vente de produits et de services au niveau national et international.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les emplois occupés par le titulaire de la certification peuvent être : Directeur marketing, Responsable marketing produit, Manager marketing, Chargé d'affaires marketing, Chef de projet marketing, Responsable marketing internet, Responsable e-commerce, Chef de projet e-commerce, Chef de produit internet, Directeur de marque, Chef de marque, Chef de produit, Chef de produit à l'international, Chef de produit digital, Chargé d'études, Directeur commercial, Responsable commercial, Business manager, Key account manager, Responsable commercial international, Directeur commercial export, Manager export, Responsable commercial international.

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 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

50% de représentants de l'organisme de formation

50% de professionnels

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 23/08/2020

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP34806, RNCP34994

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/23639/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	7
Montant total engagé	29 550 €
Coût moyen par dossier	4 221 €
Durée moyenne	309 h
Période	01/2020 – 09/2020
France compétences	51 %
Reste à charge titulaire	49 %

