

Manager marketing et développement commercial

RNCP27377 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312p
Formacode(s)	34052, 34085
Code(s) ROME	M1705, M1707, M1403
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	18/12/2021

Certificateur(s)

ESGCV · SIRET : 75253547600325

ESGCV -75253547600143 · SIRET : 75253547600143

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager Marketing et Développement Commercial pilote et met en œuvre les décisions et choix stratégiques sur les produits et services proposés par son entreprise en s'appuyant sur son expertise mercatique et financière et sur sa maîtrise de l'univers concurrentiel et du public visé.

Il s'appuie sur ses équipes pour mener à bien les projets opérationnels. A la fois manager et stratège, il coordonne les différents intervenants avec qui il collaborera pour atteindre les objectifs validés par la direction générale.

Le Manager Marketing et Développement Commercial se doit de maîtriser la composante numérique : ses outils, ses canaux et ses modes de diffusion. Il doit pouvoir allier une dimension stratégique dans l'exercice de ses missions, notamment en matière de conseil auprès des entreprises et dans le même temps il doit maîtriser l'ingénierie des processus de marketing et communication numérique et certaines dimensions opérationnelles des médias qu'il va utiliser. Il doit intégrer dans son plan marketing stratégique des caractéristiques numériques. Il doit avoir des compétences managériales et des compétences techniques liées à l'ingénierie des processus de communication numérique.

Il met aussi bien en place des opérations de marketing et commerciales dites traditionnelles que des opérations via internet, comme la valorisation d'un produit ou d'un service ou encore la mise en place d'actions de médiatisation.

Les cadres des départements commerciaux et marketing exerçant des postes d'encadrement font partie de la direction commerciale et marketing et ils orientent et pilotent la politique commerciale de l'entreprise, au regard des orientations définies avec la direction générale.

On retrouve une direction commerciale et marketing dans tous les secteurs d'activité : industries, services aux entreprises, commerce et de plus en plus fréquemment dans les administrations et les services publics

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le Manager Marketing et Développement Commercial est capable de :

- 1) Analyser le marché, ses acteurs et le positionnement de l'entreprise
- Recueil d'informations sur le marché et ses principaux acteurs en interne et externe - Utilisation de l'ensemble des médias et canaux d'information existants - Définition des critères à analyser - Mise en place d'études - Traitement des données obtenues - Critérisation et segmentation des données - Définition du positionnement concurrentiel de l'entreprise - Elaboration de recommandations marketing - Proposition et définition des solutions à mettre en œuvre -

Prise en compte des marchés physiques et virtuels - Élaboration d'un argumentaire - Démonstration de la valeur et de la pertinence des recommandations - Présentation de tableaux chiffrés

2)Elaborer le plan marketing

- Définition des caractéristiques du produit ou service - Définition et identification des indicateurs clés de performances - Analyse des forces et faiblesses du produit ou service - Adaptation des paramètres du plan marketing au service - Définition des moyens d'action marketing mobilisables : publicité, promotion, marketing direct campagne internet, réseaux sociaux, etc. - Analyse du positionnement de l'entreprise et du produit - Définition des objectifs marketings à atteindre - Proposition d'utilisation du marketing digital - Définition de la mise en œuvre d'actions sur le web. - Définition des actions opérationnelles à réaliser - Allocations des moyens financiers - Définition des cahiers des charges - Formalisation des actions et leur périodicité - Élaboration du rétro planning - Élaboration des différents tableaux de bords nécessaires - Mesure de l'efficacité ou la rentabilité d'une campagne

3) Ajuster et mettre en œuvre la stratégie de développement commercial

- Analyse du plan commercial et marketing de l'entreprise - Définition du plan commercial - Identification des facteurs positifs et négatifs (facteurs qui contribuent au développement du plan d'action commerciale et ceux qui lui nuisent) - Sélection des offres à promouvoir et des cibles visées - Définition des projets d'action commerciale - Formalisation des objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre - Evaluation des moyens à mobiliser - Définition du budget - Défense du budget (argumentaire) - Vérification de la disponibilité des moyens - Evaluation des délais de réalisation - Planification des actions - Définition des modalités de suivi et d'évaluation des actions - Supervision de la répartition de la charge de travail et de l'affectation des compétences - Contrôle des actions - Suivi du reporting des équipes - Vérification du respect du cahier des charges

4) Gérer le budget des actions attribuées au département marketing ou commercial

- Analyse des résultats de l'exercice précédent et des prévisions d'activités - Comparaison des résultats obtenus par rapport aux prévisions - Priorisation des projets à mener - Analyse du budget annuel - Estimation des coûts des différents projets - Définition des clefs de répartition - Répartition des moyens - Ventilation du budget alloué au département marketing ou commercial - Vérification du respect des clefs de répartition - Suivi et adaptation du budget - Mise en place de mesures nécessaires pour faire face à une contrainte budgétaire - Détection d'insuffisances budgétaires (investissement dans des ressources externes et internes) - Négociation de crédits supplémentaires

5) Manager les équipes

- Constitution des équipes - Identification des individualités et compétences - Gestion des contrats - Gestion prévisionnelle des effectifs - Définition des missions de chacun - Mise en place d'un management de délégation - Explication / justification de la stratégie commerciale ou marketing à adopter - Accompagnement de la résolution de conflits - Développement / actualisation des compétences de ses équipes - Mise en œuvre d'actions d'incentive : motivation des équipes - Définition des besoins de formation des collaborateurs - Actualisation constante des connaissances en technologies digitales - Conduite d'entretiens d'évaluation - Réalisation d'entretiens ponctuels (Résolution de problèmes matériels ou humains) - Contrôle de l'atteinte des objectifs - Evaluation des compétences des personnes

6) Définir et mettre en œuvre une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation client

- Evaluation de la valeur d'un client, ses motivations et éventuellement de sa dimension stratégique pour l'entreprise - Mise en place d'outil de collecte d'informations - Définition d'une approche client - Mise en œuvre d'une démarche individualisée - Suivi de l'offre à chacune de ses étapes - Développement du potentiel de chaque client par différents leviers personnalisés - Utilisation d'internet et les moyens digitaux disponibles - Définition et anticipation des besoins de la clientèle - Evaluation de l'intérêt du client pour la stratégie de l'entreprise - Anticipation des difficultés potentielles - Définition des modalités concernant la prospection, la vente et l'après-vente, en exploitant les logiciels et les moyens à disposition afin d'optimiser la gestion des interfaces avec le client. - Suivi administratif d'une vente - Gestion des problèmes - Vérification du respect d'une démarche qualité

Blocs de compétences

RNCP27377BC01 — Ajuster et mettre en œuvre la stratégie de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Analyser la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise.
- Décliner le plan stratégique de l'entreprise en actions commerciales à conduire
- Définir les objectifs quantitatifs et qualitatifs

- Planifier l'ensemble des actions à mener
- Organiser le suivi et l'évaluation des résultats
- Négocier le budget avec la direction et argumenter ses choix

Modalité d'évaluation

Etude de cas :

Définir et élaborer un plan d'action commerciale.: actions, objectifs, moyens, budget, planning, argumentation et outil de pilotage et reporting.

Jeu de rôle : Mener une négociation

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 3ème bloc de compétences.

RNCP27377BC02 — Gérer le budget des actions attribuées au département marketing ou commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Hiérarchiser les projets à mener et élaborer des préconisations stratégiques
- Définir les clefs de répartition budgétaire des projets.
- Décider de la ventilation des ressources
- Réévaluer le coût de chaque opération afin de répondre à de nouvelles directives

Modalité d'évaluation :

Réaliser un business plan

et présenter un tableau récapitulatif des chiffres d'un exercice comptable, une analyse de ce bilan chiffré, les recommandations, une évaluation budgétaire d'un plan marketing, une synthèse.

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 4ème bloc de compétences.

RNCP27377BC03 — Analyser le marché, ses acteurs et le positionnement de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Effectuer une veille de la concurrence, du marché et des habitudes de consommation du secteur d'activité et de la concurrence.
- Réaliser le diagnostic de positionnement d'une entreprise sur son ou ses marchés.
- Elaborer les recommandations marketing et commerciales
- Présenter et valoriser ses recommandations

Modalité d'évaluation

Résolution d'une problématique réelle : Faire et présenter une veille, choisir des critères à analyser et mettre en place une étude faisant appel à un prestataire afin d'élaborer des recommandations.

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences.

RNCP27377BC04 — Élaborer le plan marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Elaborer le plan marketing adapté au produit ou service.
- Elaborer le plan d'action marketing et définir les objectifs marketings
- Élaborer une stratégie digitale « adaptée au produit »
- Élaborer le cahier des charges
- Mettre en place le suivi du projet en se basant sur les ICP (indicateurs clés de performance)

Modalité d'évaluation

Etude de cas

Réaliser un plan marketing incluant : une analyse marketing d'un produit ou d'un service, une analyse swot, une synthèse des actions à mener, un cahier des charges et un rétro-planning

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 2ème bloc de compétences.

RNCP27377BC05 — Manager les équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Constituer une ou plusieurs équipes projet en définissant les besoins en recrutement.
- Mettre en œuvre un management de délégation
- Identifier et proposer des actions d'incentive ou de formation pour fédérer son équipe
- Analyser les résultats de chaque collaborateur et définir les objectifs à atteindre et déterminer un plan d'action individuel

Modalité d'évaluation :

Etude de cas : basée sur des cas réels , résolution d'étude de cas portant sur la rédaction de fiche de poste , élaboration de grilles d'évaluations et d'outils méthodologique de suivi, présentation des objectifs, identification des besoins de formation argumentaire sur la politique menée,résolution d'une problématique RH.

Jeu de rôles sur la définition d'objectifs et un plan d'action

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 5ème bloc de compétences

RNCP27377BC06 — Définir et mettre en œuvre une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- Réaliser une étude de la clientèle en élaborant une méthodologie et des outils d'évaluation
- Élaborer une stratégie de fidélisation et de gestion de la relation client
- Organiser le suivi administratif d'une vente, depuis la phase de négociation jusqu'à sa livraison et sa facturation.

Modalité d'évaluation :

Utilisation d'un outil type SAP réalisation d'une analyse d'une base client présentant l'identification des différents clients, leur hiérarchisation et le choix des actions à mener.

Etude de cas : Elaborer une stratégie de gestion clientèle

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 6ème bloc de compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager Marketing et Développement Commercial évolue au sein d'entreprises privées, PME et PMI, ou de grandes entreprises de plus de 500 salariés, dotées d'un département marketing ou commercial, dans tout type de secteurs d'activités, comme le secteur industriel, l'agro-alimentaire, les nouvelles technologies et le tertiaire.

Il peut exercer au niveau national ou international. En fonction de la nationalité de son entreprise, il peut être amené à travailler dans une langue étrangère et, le plus fréquemment en anglais.

S'il exerce ses fonctions au sein d'une entreprise de taille moyenne, il peut cumuler la direction du département marketing et du département commercial.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

En fonction du type d'entreprise dans laquelle il/elle exerce, on trouve différentes appellations:

Directeur/trice marketing ; Directeur/trice marketing et commercial ; Business développement manager; Key account manager; Ingénieur/e charge d'affaires ; Ingénieur/e commercial/e ; Consultant/e marketing ; Chargé/e d'analyses marketing ; Chargé/e de marketing opérationnel ; Manager de risques ; Responsable marketing ; Marketing manager ; Manager des ventes ; Chef(fe) de Produit.

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 133 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · 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)	11 380
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X93 — Chargés d'études socio-économiques 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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

Le Président du jury est un professionnel nommé par le directeur de l'ESGCI

Le jury est composé de 5 personnes

- Le Président du jury, représentant des professions Employeurs
- D'un représentant en activité des professions Salariés
- Du directeur ou son représentant
- Un enseignant formateur
- Un responsable pédagogique

Parmi les membres du jury, 40 % sont représentants des Salariés et des Employeurs.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de VAE est composé de 5 membres

- Un représentant de la profession Employeurs (dont le Président)
- Un représentant de la profession Salariés
- Le directeur de l'école ou son représentant
- Un enseignant formateur
- Un responsable pédagogique

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 18/12/2021

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP18002

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36725, RNCP36372, RNCP36723, RNCP36373

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.esgci.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/27377/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	254
Taux d'achèvement	25400 %
Période	02/2022 – 01/2024

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	704
Montant total engagé	1 259 124 €
Coût moyen par dossier	1 789 €
Durée moyenne	188 h
Période	01/2020 – 12/2021
France compétences	93 %
France Travail	4 %
Entreprise	1 %
Reste à charge titulaire	1 %
Régions	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
État	0 %

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