

Responsable du développement de la clientèle et du marketing relationnel

RNCP28161 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1704, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	23/08/2020

Certificateur(s)

OMNIS · SIRET : 42279962700019

OMNIS - Ecole supérieure de commerce et de management

<http://www.omnis.edu>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

L'objectif du responsable de développement de clientèle et du marketing relationnel est le développement du chiffre d'affaires et du portefeuille clients tant par la gestion commerciale, la négociation que la mise en œuvre des techniques du marketing relationnel.

Ses missions :

Activité A : La Mise en œuvre de la politique marketing et commerciale d'un service, département ou d'une PME : Analyse de marché, veille concurrentielle et assistance de la direction générale dans la définition de la stratégie commerciale à mettre en œuvre.

Activité B Conception et Coordination des actions de marketing relationnel (captation et fidélisation) : Projet CRM, gestion de base de données, mise en place d'actions de conquête et de fidélisation en s'appuyant sur les nouvelles technologies, marketing multi-canal, étude de satisfaction, process de réclamation.

Activité C Le Pilotage de l'activité commerciale : Plan d'action commercial (Prospection et de fidélisation), contrôle et reporting

Activité D La Gestion du processus de vente B/B et B/C.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

- Réaliser le diagnostic commercial en menant une veille permanente
- Choisir l'outil le plus adapté parmi les instruments de marketing relationnel pour une action de prospection
- Choisir l'outil le plus adapté parmi les instruments de marketing relationnel pour une action de fidélisation
- Mener une opération multicanal en prenant en compte les interdépendances
- Concevoir une étude de satisfaction clients et en analyse les résultats
- Mettre en place un process de traitement des réclamations
- Décliner les orientations stratégiques en plans d'actions commerciales
- Organiser et gérer son activité en élaborant des outils prévisionnels
- Développer des démarches de prospection adaptées à une ou des cibles
- Exploiter les BDD
- Adopter une attitude de veille commerciale permanente

- Contrôler l'activité commerciale à partir de tableaux de bord et mettre en place des actions correctives
- Mener des entretiens de négociation complexes en B to B ou B to C,
- Elaborer des propositions techniques et financières en réponse à des demandes de commanditaires.
- Présenter à l'oral en anglais une mission commerciale et/ou marketing

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le/la Responsable du développement de la clientèle et du marketing relationnel exerce son activité au sein d'entreprises commerciales, industrielles ou de services quelque soit leur secteur d'activités, leur taille, leur champ d'action national ou international, et leur clientèle B to B ou B to C.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable/chargé du développement commercial
- Responsable commercial
- Gestionnaire de portefeuille clients
- Chargé(e) d'affaires technico-commercial(e)
- Commercial grands comptes
- Conseiller technico-commercial
- Responsable de clientèle
- Business développer
- Chef de secteur
- Responsable de marché
- Chargé/responsable du marketing relationnel
- Chargé du marketing clients
- Responsable CRM

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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

Le président (chef d'entreprise)

- + 1 chef d'entreprise
- + 1 responsable commercial
- + 1 responsable marketing
- + 1 responsable pédagogique

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Le président directeur d'agence
- un chef d'entreprise
- une responsable commerciale
- une responsable marketing

Base légale

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.omnis.edu/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28161/>