

Responsable commercial(e) et marketing digital

RNCP28675 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312m
Code(s) ROME	M1707, M1704, M1705, E1101
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	19/07/2021

Certificateur(s)

EDUCSUP · SIRET : 81097088900020

ADEFI FORMATION · SIRET : 49815719700035

INSTITUT SUPERIEUR DE COMMERCE ET MARKETING DE TOULOUSE · SIRET : 53475341300028

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le manager commercial ne peut pas être spécialiste dans tous ces domaines, mais doit pouvoir :

- Construire un plan marketing englobant autant les méthodes et outils traditionnels que digitaux,
- Identifier les bons spécialistes, les consulter sur la base d'un besoin / cahier des charges précis, notamment en marketing digital, puis les piloter et contrôler leurs résultats,
- Mettre en oeuvre et piloter un plan d'actions commerciales traditionnelles et digitales,
- Manager les équipes commerciales et marketing, internes ou externes, qu'il s'agisse de forces de vente traditionnelles, ou de spécialistes en marketing traditionnel et digital.
- Mesurer et contrôler l'efficacité des actions commerciales et marketing,

Les activités visées par la certification :

- Activité 1 : conception et mise en oeuvre d'une stratégie marketing traditionnelle et digitale

Le responsable commercial et marketing digital analyse le positionnement des produits sur l'ensemble des canaux de distribution traditionnels et digitaux. Il assure la veille concurrentielle, commercial et technologique. Il suit les évolutions des comportements et des besoins du consommateur, y compris sur internet et les réseaux sociaux de manière à développer l'innovation. Il identifie des partenaires potentiels, sélectionne et développe des partenariats. Il établit le plan marketing d'une offre commerciale de produits et/ou services

- Activité 2 : Conception et mise en oeuvre d'un plan d'actions commerciales

Il définit un plan d'action commercial et des objectifs commerciaux. Il analyse l'environnement commercial de l'entreprise, il définit les cibles, la forme et les contenus des supports d'aide à la vente. Il développe et suit les ventes y compris le business. Il sélectionne les vecteurs de communication adaptés au lancement du produit (annonces publicitaires, plan média, événements promotionnels). Il sélectionne et organise des salons, séminaires, conférences etc. Il commercialise l'offre produits et/ou services.

- Activités 3 : Mise en oeuvre et suivi technique d'une politique digitale

Il pilote la réalisation, l'administration et les mises à jour de sites internet. Il définit, pilote la mise en oeuvre et optimise un plan de communication et de publicité sur internet, et de marketing digital en général. Il assure le suivi et l'analyse de la fréquentation du site internet et des éléments de communication en ligne. Il consulte et pilote des prestataires spécialisés en marketing digital. Il mesure l'efficacité des actions de marketing digital et optimise le plan d'action. Il pilote le CRM (Customers Relation Management).

•Activité 4 : Gestion commerciale et animation d'équipe

Il encadre et anime une équipe. Il optimise le management de l'entreprise. Il gère les ressources humaines. Il élabore et utilise des outils de reporting (tableaux de bords des résultats et de la performance de l'activité commerciale, retour sur investissement d'actions commerciales ou de communication). Il réalise des rapports d'activité avec le tableau de prévisions et des réalisations. Il coordonne des services opérationnels internes et externes, et fonctionnels. Il mesure des résultats des collaborateurs. Il gère un budget.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire de la certification est capable de :

- Concevoir et mettre en place une stratégie marketing
- Concevoir et lancer de nouveaux produits / Mettre en place et développer des partenariats
- Mettre en œuvre une politique commerciale off line et on line
- Animer un réseau commercial
- Piloter un projet de marketing digital
- Mesurer et contrôler l'efficacité des actions web
- Gérer une équipe commerciale
- Suivre les performances commerciales.

Blocs de compétences

RNCP28675BC01 — Gérer une équipe commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Maîtriser les techniques d'acquisition de trafic et de visibilité sur internet, et d'outils de mesure d'audience, de E-réputation / Améliorer la visibilité des sites : acquisition de trafic et de référencement / Produire un site performant / Gérer l'optimisation et la maintenance des sites internet, extranet, portail / Concevoir des tableaux de bord / Mettre en place les actions correctives

Modalité d'évaluation :

Cas pratique : analyse d'une campagne web, reporting et propositions d'axes d'amélioration face à un jury de professionnels

Modalité de certification :

Remise d'une attestation en lien avec la certification –n Activité III du référentiel de certification « Mise en œuvre et suivi technique d'une politique digitale »

RNCP28675BC02 — Animer un réseau commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Développer et animer un réseau commercial / Organiser la distribution des produits (stratégie multicanale) / Négocier et vendre son offre commerciale à un prospect, client ou partenaire (revendeur, distributeur ...) / Démarcher des clients, rechercher des points de vente, organiser des réseaux en s'appuyant sur des canaux numériques

Modalité d'évaluation :

Etude de cas animation d'un réseau : Mise en situation professionnelle d'une présentation du bilan de résultats commerciaux d'une activité commerciale

Modalité de certification :

Remise d'une attestation en lien avec la certification – Activité II du référentiel de certification « conception et mise en œuvre d'un plan d'actions commerciales »

RNCP28675BC03 — Suivre les performances commerciales

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Mettre en place les outils de pilotage de l'activité commerciale et assurer le reporting auprès de sa hiérarchie / Comprendre et élaborer un budget / Calculer les marges commerciales et la rentabilité financière de son activité / Optimiser et réduire les coûts / Assurer le reporting auprès des directions concernées.

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle d'une présentation de bilans commerciaux d'une activité : présentation orale et

écrite des résultats face à un jury de professionnels

Modalité de certification :

Remise d'une attestation en lien avec la certification – Activité IV du référentiel de certification « Gestion commerciale et Animation d'équipe ».

RNCP28675BC04 — Concevoir et lancer de nouveaux produits / Mettre en place des partenariats

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Créer et développer des partenariats : choisir les fournisseurs et prestataires : rédaction et lancement d'appels d'offres / Négocier et suivre la réalisation des contrats de partenariats

Modalité d'évaluation :

présentation orale et écrite de l'étude + soutenance à un jury de professionnels

Modalité de certification :

remise d'une attestation en lien avec la certification - Activité I du référentiel de certification

« Conception et mise en œuvre d'une stratégie marketing traditionnelle et digitale »

RNCP28675BC05 — Mettre en oeuvre un plan d'actions commerciales off line et on line (traditionnel et digital)

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Elaborer les outils et argumentaires commerciaux / Fixer les objectifs commerciaux et assurer le suivi des ventes / Piloter les actions commerciales / Gérer la relation clients, fidéliser et traiter les litiges / Communiquer efficacement sur le web, prospecter et communiquer sur les réseaux sociaux / Piloter la création, la mise en place et le suivi de nouveaux supports digitaux

Modalité d'évaluation :

Sur un cas réel d'entreprise, rédaction du plan d'action commerciales et d'une offre commerciale incluant l'ensemble des clauses contractuelles (commerciales, financières, juridiques, transport)

Modalité de certification :

Activité II du référentiel de certification « conception et mise en œuvre d'un plan d'actions commerciales »

RNCP28675BC06 — Piloter un projet de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Prendre en compte l'environnement et le cadre légal du E-Commerce / Appréhender les communautés sur le web et les comportements des consommateurs sur internet / Mettre en place des actions de marketing digital (stratégie de contenu, search marketing, affiliation, marketing viral...) / Mettre en place les actions de publicité et de communication sur internet, y compris des médias sociaux, sur les moteurs de recherche, par affiliation, des mailings de masse, de newsletter, de comparateurs de prix... Identifier, sélectionner et acheter les noms de domaines / Utiliser les CRM et les techniques de récolte de données (y compris notions de « Big Data ») / Maîtriser les notions de référencement naturel et payant

Modalité d'évaluation :

Etude de cas de marketing digital : « présentation d'un projet digital avec création d'une page internet, proposition de stratégie sur les réseaux sociaux ».

Modalité de certification :

Remise d'une attestation en lien avec la certification – Activité III du référentiel de certification « Mise en œuvre et suivi technique d'une politique digitale »

RNCP28675BC07 — Mesurer et contrôler l'efficacité des actions web

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Maîtriser les techniques d'acquisition de trafic et de visibilité sur internet, et d'outils de mesure d'audience, de E-réputation / Améliorer la visibilité des sites : acquisition de trafic et de référencement / Produire un site performant / Gérer l'optimisation et la maintenance des sites internet, extranet, portail / Concevoir des tableaux de bord / Mettre en place les actions correctives

Modalité d'évaluation :

Cas pratique : analyse d'une campagne web, reporting et propositions d'axes d'amélioration face à un jury de professionnels

Modalité de certification :

Remise d'une attestation en lien avec la certification –n Activité III du référentiel de certification « Mise en œuvre et suivi technique d'une politique digitale »

RNCP28675BC08 — Concevoir et mettre en place une stratégie marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Organiser une veille concurrentielle (y compris e réputation) et prendre en compte l'environnement commercial et digital des produits / Définir les évolutions des produits et des marchés / Définir le positionnement d'une marque en France et ou International / Construire le plan marketing opérationnel : gérer et déployer le planning promotionnel / Structurer une offre commerciale de produits et/ou de service (politique de prix, positionnement, rédaction de fiches produits...)

Modalité d'évaluation :

Etude de marché : présentation orale et écrite de l'étude + soutenance face à un jury de professionnels

Modalité de certification :

remise d'une attestation en lien avec la certification - Activité I du référentiel de certification

« Conception et mise en œuvre d'une stratégie marketing traditionnelle et digitale »

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Toute entreprise, structure, organisation quelque soit le domaine d'activité

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable commercial polyvalent - Responsable Marketing - Chargé d'affaires - Commercial junior Web - Chef de projet commercial et web marketing - Chargé de projet E communication - Responsable marketing digital - Community Manager - Web commercial - Responsable E commerce.

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 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %

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
U0X80 — Assistants de la communication
U0X90 — Cadres de la communication

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, VAE

4 jurys : 2 à 3 professionnels du secteur et au moins une personne issue de la direction pédagogique

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	5 414 €
Selon la branche	3 893 € – 5 414 €

Prise en charge	Branches concernées
5 414 €	Valeur par défaut · 208 branches
3 893 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
5 400 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
4 900 €	CPNEFP de la métallurgie
4 000 €	CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	19/07/2021
-------------------------------------	------------

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38025

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28675/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	16
Montant total engagé	50 613 €

Coût moyen par dossier	3 163 €
Durée moyenne	773 h
Période	02/2020 – 07/2021
France compétences	51 %
France Travail	29 %
Reste à charge titulaire	19 %

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