

Responsable commercial et marketing

RNCP31923 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	313, 310
Formacode(s)	34566, 34052
Code(s) ROME	D1406, M1704, M1705, M1706, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/12/2018
Date d'échéance	18/12/2023

Certificateur(s)

INSTITUT INTERNATIONAL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT · SIRET : 31814740200099

Partenaires habilités

42 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 42 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
A 3 D	48180466400011	Former et organiser l'évaluation
ASS FORMATION GRANDE DISTRIBUTION	38391659000052	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION IMC ALTERNANCE	48430660000020	Former et organiser l'évaluation
ASS. POUR DEVELOPPEMENT INSERTION PROFES	40980167700058	Former et organiser l'évaluation
ASS. POUR DEVELOPPEMENT INSERTION PROFES	40980167700074	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE FORMATION ET D'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL	39758087900062	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE FORMATION ET D'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL	39758087900104	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE FORMATION ET D'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL (CFEP)	39758087900047	Former et organiser l'évaluation
CFA BUREAUTIQUE ET METIERS TERTIAIRES CFA DE L' IGS	34074141200035	Former et organiser l'évaluation
CFA CAMPUS IGS	38809616600029	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 42 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp31923-responsable-commercial-et-marketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Au sein de la Direction commerciale et/ou marketing ou sous l'autorité de la direction générale (selon la taille de l'entreprise), le Responsable commercial et marketing :

Le Responsable commercial et marketing assure principalement les activités suivantes :

- Mettre en œuvre et piloter la politique commerciale et marketing de l'entreprise conformément aux orientations stratégiques, aux objectifs de rentabilité à atteindre et aux budgets définis par la direction générale
- Déployer une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation client afin de rentabiliser les engagements de dépenses (en acquisition/en conversion) et assurer une base de business stable à moyen terme.
- Gérer et optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise afin de suivre et d'améliorer la marge commerciale
- Détecter, développer, et superviser les projets d'affaires à entreprendre dans l'optique d'accroître le volume des ventes auprès des clients dans le respect des choix établies par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise
- Manager et animer les équipes commerciales et/ou marketing dans un esprit de performance économique et sociale

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

Définir le positionnement des produits et/ou services sur les différents marchés

Faire valider le positionnement par la direction commerciale et/ou marketing (ou la direction générale)

Définir et mettre en œuvre le plan d'actions marketing et commercial

Réaliser une analyse multicritères commerciale d'aide à la prise de décision

Conduire les négociations auprès de clients/prospects/fournisseurs et de certains prescripteurs clés (sociétés de conseil, SSII...)

Répondre aux appels d'offres (marchés publics et privés)

Déployer une stratégie marketing omnicanal.

Contribuer à la politique d'innovation (produits/services/procédés) au service de la stratégie et des activités commerciales et marketing de l'entreprise

Conduire l'installation d'un ERP (ou PGI-Progiciel de gestion intégré)

Soutenir les résultats des équipes commerciales

Mettre en place et promouvoir une stratégie de relations de proximité avec les différents interlocuteurs cibles

Insuffler auprès des équipes commerciales une culture client

Créer une infrastructure de gestion de l'information Client

Mettre en place des processus d'évaluation du profil Client et d'adoption d'un produit/service

Définir et mettre en œuvre une politique qualité (ou de certification) Client

Etablir une stratégie digitale (stratégie d'e-marketing)

Superviser les opérations de gestion des contrats de vente (administration des ventes et service après-vente), et anticiper et gérer les litiges

Etablir le diagnostic de rentabilité de l'activité commerciale

Identifier et optimiser les leviers de maximisation de l'activité commerciale

Construire et suivre le budget commercial

Évaluer la rentabilité d'un projet d'investissement commercial

Renforcer l'efficacité du reporting et analyser les résultats

Gérer la rentabilité et le risque client

Conduire une veille technologique sur le secteur d'activité de l'entreprise

Déceler les évolutions et les nouvelles tendances en matière d'innovation et de nouvelles technologies déployées par les clients, les fournisseurs, les partenaires et les concurrents

Définir et identifier les cibles commerciales

En lien avec la Direction commerciale, répondre à des appels d'offres ciblés

Analyser et diagnostiquer les besoins du client.

Élaborer et piloter le plan d'action commercial (PAC) du projet

Apprécier l'articulation financière et commerciale du projet
 Construire et développer un réseau de contacts et/ou de partenaires commerciaux (réseau professionnel).
 Fixer des objectifs par typologie de partenaires et mesurer les résultats.
 Assurer la gestion et le suivi opérationnel des projets suivant leurs cahiers des charges (demande du client, budget, délais...)
 Pratiquer un management de l'équipe par les valeurs de l'entreprise à partir desquelles les décisions sont prises et les priorités/objectifs stratégiques définis
 Organiser l'activité commerciale et/ou marketing de l'équipe en fonction des profils des collaborateurs et des objectifs économiques à atteindre
 Conduire un processus de contrôle de l'activité de l'équipe et évaluer sa performance (collectivement et individuellement).
 Mettre en place et piloter une démarche d'amélioration des performances de l'équipe commerciale et/ou marketing.
 Evaluer, en lien avec les directions commerciale/marketing et RH, et assurer la mise en œuvre des actions de formation des collaborateurs (au sein de la GPEC)
 Anticiper et gérer les conflits/crises au sein de l'équipe
 Recruter (selon les besoins en compétences) et accompagner les nouveaux collaborateurs dans le respect des enveloppes budgétaires allouées.

Blocs de compétences

RNCP31923BC01 — Bloc 1 : Mettre en œuvre et piloter la politique

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées

- Choisir la typologie (démarche méthodique) des études de marché la plus appropriée selon les informations à recueillir

Elaborer une stratégie de positionnement marketing

- Construire un plan d'actions marketing et commercial profitable

Assurer la promotion des produits/services (campagne globale de communication)

Aligner les équipes commerciales sur l'offre produits/profils cibles et sur les éléments de leur qualification

- Instaurer des indicateurs commerciaux

Déterminer les produits/services de l'entreprise les plus rentables

Suggérer un plan d'action à la direction commerciale et/ou marketing

- Mener une négociation commerciale
- Etablir le plan marketing et les objectifs commerciaux et marketing à atteindre pour chaque canal

Créer les parcours omnicanal cohérents en lien avec les nouvelles expériences clients

Elaborer une stratégie d'acquisition de données

- Réaliser un diagnostic des contraintes et des différents risques encourus par l'entreprise
- Réaliser un audit des flux d'informations au sein de l'entreprise, les pratiques comptables et commerciales ainsi que les méthodes de gestion des stocks, des ventes

Contribuer à la définition des objectifs à atteindre par la mise en place de l'ERP

- En lien avec la direction commerciale :

Définir l'organisation et la stratégie de couverture commerciale adaptée aux typologies de cibles (marchés, produits, clients)

Formuler et déployer le plan d'action en objectifs clairs et précis pour les commerciaux

Identifier les indicateurs de performance (activités-CA/volumes compétences- internes, ressources, transversalité...)

- Proposer à la direction commerciale et/ou marketing un plan de représentation en externe et justifier les décisions à prendre

Modalités d'évaluation

A l'initiative et sous la supervision de l'intervenant en temps limité :

Dossier pratique en groupe. Livrable présenté à l'oral devant un jury de professionnels d'une durée de 30 minutes.

Proposé par la Direction des études en temps limité :

Jeu d'entreprise (Business game) : Simulation de gestion d'entreprise d'une durée de 3 jours

Proposés par l'intervenant en temps limité :

Jeux de rôle (individuel et/ou en groupe)

RNCP31923BC02 — Bloc 2 : Déployer une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées

- Utiliser les outils et méthodes de management associés (l'empowerment ou pouvoir d'agir)
- Mettre en œuvre un projet CRM (Customer Relationship Management)
- Suggérer une méthode de qualification de profil Client (définir des personas)

Etablir une matrice des facteurs clés pouvant modifier le processus d'adoption

- Effectuer un diagnostic qualité
- Entreprendre un processus de certification ISO 9001
- Définir un programme de fidélisation digitale

Conseiller des indicateurs de mesure de la fidélisation

- Déployer des outils de supervision du traitement des commandes des clients

Construire des tableaux de bord et des analyses nécessaires au suivi des ventes (évaluer la situation et orienter les décisions à prendre).

Modalités d'évaluation

Proposés par l'intervenant en temps limité – Choix de l'entreprise à l'initiative de l'intervenant ou du binôme :

- Exercices pratiques individuel et/ou en binôme
- Cas pratiques en groupe (3/4 personnes).

RNCP31923BC03 — Bloc 3 : Gérer et optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées

- Etudier la rentabilité des activités avec des grilles d'analyse spécifiques

Modéliser l'activité pour accompagner et/ou piloter le Business

Model de l'entreprise

- Fixer convenablement le prix de vente d'un produit/service

Estimer le bon niveau des volumes d'un budget et piloter les incertitudes

Maximiser les moyens commerciaux

- Etablir un budget commercial en intégrant l'ensemble des leviers d'optimisation
- Déterminer l'investissement : les divers types d'investissement.

Evaluer la rentabilité d'un investissement.

- Sécuriser les prévisions commerciales

Désigner les indicateurs spécifiques à intégrer dans son tableau de bord (taux d'accroche, taux de transformation, NPS, taux de fidélisation, taux de conquête...)

Analyser les composantes du mix marketing

Elaborer les tableaux de bord de synthèse

- Définir le prix de vente en fonction du type de client

Estimer l'incidence des délais de paiement sur la trésorerie de l'entreprise

Déceler la dégradation d'un client: les critères

Appliquer les bonnes pratiques pour prévenir et réduire les litiges et les impayés

Modalités d'évaluation

Proposées par l'intervenant en temps limité :

- Exercices pratiques individuels et/ou en binôme
- Cas pratique en binôme
- Jeu de rôle individuel et/ou en groupe

RNCP31923BC04 — Bloc 4 : Détecter, développer, et superviser les projets d'affaires à entreprendre

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées

- Utiliser les méthodes et outils de veille technologique

Analyser la fiabilité des sources d'information

- Réaliser un diagnostic externe (opportunités et menaces) de l'environnement de l'entreprise

- Déterminer, en lien avec la direction commerciale, les secteurs d'activités et/ou les types d'entreprises visées par le développement commercial
 - Analyser le dossier de consultation des entreprises (DCE) et la publicité (AAC? Avis d'Appel à la Concurrence)
- Rédiger, en coopération avec la direction commerciale, le dossier de candidature et le dossier d'offres
- Déterminer, en lien avec la direction technique, les solutions les mieux adaptées
- Présenter la solution retenue et la défendre auprès du client
- Participer aux négociations commerciales avec la direction commerciale ou un ingénieur commercial grands comptes.
- Définir les objectifs spécifiques à atteindre (méthode SMART).
- Présenter le Plan d'Action Commercial (PAC) sous forme de matrice
- Etablir le plan d'affaires du projet
- Cibler, identifier et prospecter les partenaires potentiels
- Contribuer à la signature d'accords de partenariats (en français et/ou en anglais)
- Assurer la mise en place des accords et suivre leur évolution dans un Business Plan Partenaires
- Evaluer les performances et la rentabilité de chaque accord de partenariat (ROI) ; et aviser selon les résultats obtenus au regard des objectifs fixés
- Estimer la rentabilité du projet
- Soumettre un plan de continuité des liens avec le client et s'enquérir de sa satisfaction.
- Veiller au reporting auprès du client
- Suivre l'affaire sur le plan administratif et financier (relances, facturation...).
- Modalités d'évaluation
- Proposées par l'intervenant et en temps limité
- Exercices pratiques individuels et/ou en binôme
 - Cas pratiques en binôme et/ou en groupe
 - Jeux de rôle individuel et/ou en groupe

RNCP31923BC05 — Bloc 5 : Manager et animer les équipes commerciales et/ou marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences évaluées

- Mettre en place une activité de veille managériale puis en extraire les outils opérationnels adaptés aux besoins individuels et collectifs.
- Fixer et justifier les objectifs opérationnels et les résultats attendus
- Planifier et répartir les activités entre les différents membres de l'équipe en utilisant de façon pertinente les compétences de chacun dans un environnement donné (y compris international ou interculturel).
 - Utiliser les outils de Business Intelligence (BI) :
.Méthode GIMSI
.Balanced Scorecard (tableau de bord prospectif)
- Présenter et justifier oralement la démarche de Lean management aux collaborateurs en fonction de l'atteinte de leurs objectifs.
 - Concevoir un plan de formation des équipes commerciales et/ou marketing (organiser l'acquisition de compétences)
- Déterminer un budget prévisionnel du projet de formation des collaborateurs concernés
- Valider la faisabilité et la pertinence du projet en termes de compétences «métier» recherchées et budgétaires auprès des directions commerciales et/ou marketing et RH.
- Evaluer le climat social et apprécier les attentes de l'équipe.
- Développer l'alignement managérial de l'équipe.
- Utiliser les outils et les techniques de recrutement, et rédiger un plan d'intégration de futurs collaborateurs.
- Modalités d'évaluation
- Proposées par l'intervenant et en temps limité
- Jeux de rôle individuel et/ou en groupe
 - Cas pratiques en groupe
 - Exercice pratique individuel ou en groupe

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les emplois auxquels préparent le titre de « Responsable du développement commercial » peuvent être exercés dans tous les secteurs d'activité, la fonction étant interprofessionnelle par nature. Les titulaires du titre exercent principalement dans le secteur du commerce et de la distribution, mais également dans la banque et assurances, dans les services, dans l'industrie, dans le conseil ou encore dans l'immobilier.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable marketing et commercial (dans des petites structures)
- Responsable commercial / ou de service commercial / Ingénieur commercial
- Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel
- Chef de produit / Marketing manager
- Responsable / Chef de projet commercial et/ou marketing
- Responsable du développement commercial et/ou marketing
- 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
- Responsable e-commerce et marketing digital
- Traffic manager
- Conseiller 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 initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Jury national d'attribution du titre

- Le Président du est Jury désigné par le certificateur parmi les 2 professionnels
- 2 professionnels du métier visé par la certification et extérieurs à l'organisation
- Directeur de l'ICD ou de son représentant

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

idem

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury VAE

- 2 professionnels du métier visé par la certification et extérieurs à l'organisation
- Directeur de l'ICD ou de son représentant

Le Président du est Jury désigné par le certificateur parmi les 2 professionnels

Le jury est composé de façon à concourir dans la mesure du possible à une représentation équilibrée hommes / femmes

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	8 573 €
Selon la branche	6 000 € – 9 057 €
Prise en charge	Branches concernées
8 573 €	Valeur par défaut · 147 branches
9 057 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes
8 953 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Branche des organismes de formation
8 550 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNEFP Agences de voyages et tourisme, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire, CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 500 €	CPNE de l'immobilier, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP de la branche des gardiens, concierges et employés d'immeubles, Commission Paritaire Activités de Marchés Financiers
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
8 285 €	CPNE des agents généraux d'assurance, CPNFPE des sociétés d'assurances
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
9 050 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
9 024 €	CPNE des Télécoms
8 959 €	CPNEFP de la restauration commerciale libre-service
8 954 €	CPNEFP Commerce à distance

8 942 €	CPNEFP de la Restauration rapide
8 910 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
8 888 €	CPNEF de la Publicité
8 826 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 816 €	CPNEF de la presse et des agences de presse
8 798 €	CPNE des Vins et Spiritueux
8 737 €	CPNEF de l'audiovisuel
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 336 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 236 €	CNPE des sociétés financières
8 199 €	CPNEFP de l'industrie cimentière
8 000 €	CPNE chimie
7 800 €	CPNE Banque
7 702 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
7 000 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant

Base légale

Date de décision	18/12/2018
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/12/2023

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP17829

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38808, RNCP38815

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.icdecoles.com>

<http://www.icd-ecoles.com/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31923/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	32
Parcours menés à terme	51
Taux d'achèvement	159 %

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	314
Montant total engagé	374 465 €
Coût moyen par dossier	1 193 €
Durée moyenne	36 h
Période	02/2020 – 04/2023
France compétences	98 %
Reste à charge titulaire	1 %
OPCO	1 %
France Travail	0 %

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