

Chargé de développement stratégique

RNCP31966 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34085
Code(s) ROME	M1707, M1705, E1107, M1703, G1301
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	21/12/2023

Certificateur(s)

DIDEROT EDUCATION CAMPUS · SIRET : 43248059800106**DIDEROT EDUCATION CAMPUS · SIRET : 43248059800122****DIDEROT EDUCATION CAMPUS · SIRET : 43248059800015**

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Chargé de développement stratégique est un professionnel polyvalent. Il intervient, selon la filière privilégiée, dans la conception et la réalisation de projets au fort contenu marketing, dans un contexte éminemment international.

1. Analyse des besoins

Le Chargé de développement stratégique doit être capable de produire une analyse du marché et de ses besoins. Il récolte des informations au travers de différents modes d'acquisition puis traite les données.

Il maîtrise les fondamentaux du marketing et analyse notamment via une matrice forces/faiblesses et opportunités/contraintes du marché. Il a aussi un regard critique sur les actions déjà en place et tire des conclusions suffisamment pour réaliser des recommandations et prendre des décisions stratégiques.

2. Conception, réalisation et gestion de projet marketing, touristique ou événementiel

Le Chargé de développement stratégique décline en actions, étapes et tâches les recommandations et conçoit un plan de marketing opérationnel cohérent. Il assure la faisabilité et l'adéquation des actions prévues en inventoriant les ressources internes et externes, grâce à son expertise en gestion de projet et son aptitude à gérer les hommes et les organisations.

3. Communication et vente

Le Chargé de développement stratégique sélectionne les vecteurs de communication et les canaux de distribution appropriés et assure ainsi la bonne réception du produit par le marché-cible. Il élabore les supports de communication et les outils d'aide à la vente. Il est aussi en charge de former les personnels afin que ceux-ci restituent au mieux l'offre. Il est lui-même capable d'agir concrètement sur le terrain de la vente et de la communication, en français, en anglais et idéalement dans une langue supplémentaire. Enfin, il utilise et maîtrise les outils de gestion de la relation client.

4. Suivi et évaluation des actions

Pendant et après l'exécution du ou projets, le Chargé de développement stratégique assure suivi et contrôle de la performance des différentes actions engagées. Ainsi, il maîtrise et conçoit les outils statistiques et indicateurs nécessaires. Il porte alors un regard critique sur l'ensemble des actions menées et tire les conclusions nécessaires à l'évaluation du projet puis émet un panel de préconisations. Il fait preuve d'esprit d'initiative et de persuasion pour convaincre d'engager les ajustements nécessaires ou effectuer les arbitrages qui s'imposent lorsque plusieurs solutions sont envisagées.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le (la) titulaire est capable de :

- Analyser des besoins :

Pour cela, il doit récolter les informations nécessaires via des outils et techniques de recherche documentaire et de veille, mais aussi maîtriser les techniques de réalisation d'études de marché. Ensuite, il doit maîtriser les outils de traitement et d'analyse statistique. Il connaît et maîtrise les fondamentaux marketing : démarche marketing, comportement du consommateur, analyses matricielles, segmentation-ciblage, marketing-mix... Il communique les informations grâce aux outils de bureautique, via des techniques rédactionnelles adaptées.

- Concevoir, réaliser et gérer des projets :

Il maîtrise les techniques de gestion de projet ainsi qu'estimer la faisabilité et l'effectivité des actions du plan : assurer l'adéquation entre les actions marketing et les attentes des clients et prospects. À cet effet, il inventorie les ressources internes ou externes requises et les répartit. Il sait gérer la logistique et les approvisionnements, et notamment via les solutions informatisées. Il connaît, utilise et maîtrise les techniques managériales et de gestion des organisations.

- Communiquer et vendre :

Cela implique l'utilisation des techniques rédactionnelles et de communication orale en français, anglais, et dans une langue supplémentaire. En outre, le certifié doit maîtriser les outils de création pour concevoir des argumentaires et supports de communication. Il utilise aussi les techniques de vente et communication interpersonnelle dans un contexte internationalisé et négocier. Enfin, il utilise et maîtrise les outils de gestion de la relation client.

- Suivre et évaluer les actions :

Le certifié sait construire et mettre en place des outils statistiques ou indicateurs de performance et réaliser des rapports de suivi d'activité. Cela lui permet d'analyser les résultats à l'aune des indicateurs et des rapports d'activité pour apporter un regard critique sur la bonne conduite et la performance des campagnes en cours et émettre un panel de préconisations. Il effectue les arbitrages nécessaires.

Blocs de compétences

RNCP31966BC01 — Analyse des besoins

LISTE DE COMPÉTENCES

- Récolter les informations nécessaires via des outils et techniques de recherche documentaire et de veille.
- Maîtriser les techniques de réalisation d'études de marché quantitatives ou qualitatives (enquêtes et sondages, entretiens individuels ou en groupe, etc.)
- Maîtriser les outils de traitement et d'analyse statistique.
- Connaître et maîtriser les fondamentaux en marketing : démarche marketing, comportement du consommateur, analyses matricielles (SWOT, BCG...), segmentation-ciblage, marketing-mix...
- Rédiger, présenter ou communiquer les informations ou décisions grâce à l'emploi des outils de bureautique, en maîtrisant les techniques rédactionnelles.
- Maîtriser les techniques de communication et de vente : savoir vendre ses idées ou son projet, en français comme en anglais.

RNCP31966BC02 — Conception, réalisation et gestion de projet Marketing, Touristique et Événementiel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Maîtriser les techniques de gestion de projet
- Valider la faisabilité et l'effectivité des actions du plan : assurer l'adéquation entre les actions marketing et les attentes des clients et prospects.

- Inventorier les ressources internes ou externes requises (humaines, budgétaires, logistiques, etc.)
- Sélectionner les équipes, prestataires, et fournisseurs puis répartir les ressources humaines, logistiques et financières.
- Maîtriser les techniques de gestion de projet et de planification.
- Gérer la logistique et les approvisionnements, et notamment maîtriser les solutions informatisées liées à l'activité visée.
- Connaître, utiliser et maîtriser les techniques managériales et de gestion des organisations.

RNCP31966BC03 — Communication et vente

LISTE DE COMPÉTENCES

- Maîtriser les techniques rédactionnelles et de communication orale en français, anglais, et dans une langue supplémentaire (être impérativement trilingue).
- Maîtriser les outils de création traditionnels ou informatiques visant à concevoir des argumentaires et supports de communication (audiovisuels, imprimés, web, PLV, etc.).
- Utiliser les techniques de vente et communication interpersonnelle dans un contexte internationalisé.
- Négocier un prix ou une offre.
- Utiliser et maîtriser les outils de gestion de la relation client (CRM, e-CRM, techniques de fidélisation).

RNCP31966BC04 — Suivi et évaluation des actions

LISTE DE COMPÉTENCES

- Construire et mettre en place des outils statistiques et indicateurs de performance.
- Réaliser des rapports de suivi d'activité.
- Analyser les résultats à l'aune des indicateurs et des rapports d'activité pour permettre d'apporter un regard critique sur la bonne conduite et la performance des campagnes en cours.
- Envisager les différentes solutions les plus adaptées pour émettre un panel de préconisations.
- Effectuer des arbitrages entre plusieurs solutions.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

1. Filière Marketing international : Tous secteurs (grandes entreprises et PME) ; Marketing (agences et sociétés de conseil en marketing et stratégie).
2. Filière Tourisme : Tourisme, culture, transports (grandes entreprises et PME spécialisées) ; Tourisme (agences de voyage).
3. Filière Stratégies événementielles : Culture, sports, loisirs, services aux entreprises (grandes entreprises et PME spécialisées, agences événementielles) ; Tous secteurs (grandes entreprises).
4. Toutes filières : Instances publiques et services déconcentrés de l'État liés à la Communication, à la Culture et au Tourisme.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé de projet marketing, tourisme et événementiel, chargé de projet marketing, chargé de projet tourisme, chargé de projet événementiel, chargé de mission, responsable de développement commercial et marketing, responsable en gestion opérationnelle.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant.

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)	2 936 €
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) 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)	17 792
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	13 %
Familles professionnelles (FAP)	J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme 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

Etre titulaire d'une certification professionnelle de niveau 5.

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

- Président du jury
- 3 enseignants dont 1 enseignant de discipline fondamentale et 2 enseignants professionnels dispensant des cours professionnels
- 4 professionnels du secteur d'activité des futurs certifiés, parmi lesquels deux représentent les employeurs et deux les salariés.

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	7 923 €
Selon la branche	6 000 € – 8 255 €
Prise en charge	Branches concernées
7 923 €	Valeur par défaut · 203 branches

8 255 €	CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEFP Professions de la Photographie, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP des commerces de gros
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 156 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 21/12/2023

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site internet de l'autorité délivrant la certification

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31966/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	9
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	3
Régions couvertes	3
Départements couverts	3
Organismes certifiés Qualiopi	3
Sessions	de 09/2024 à 08/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	3
Parcours menés à terme	3
Taux d'achèvement	100 %
Période	10/2023 – 09/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	4
Montant total engagé	23 340 €

Coût moyen par dossier	5 835 €
Durée moyenne	1211 h
Période	10/2020 – 10/2023
Régions	63 %
France Travail	22 %
France compétences	15 %
Compte d'engagement citoyen	1 %

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