

Manager du marketing et de la stratégie commerciale

RNCP34806 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34052, 34085
Code(s) ROME	M1707, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/07/2020
Date d'échéance	23/07/2025

Certificateur(s)

INSEEC EXECUTIVE EDUCATION · SIRET : 51779873200015

SOCIETE POUR LA FORMATION DE L'ENTREPRISE ALPES SAVOIE · SIRET : 75315914400017

MBA INSTITUTE · SIRET : 50388652500024

CENTRE D ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100066

CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE · SIRET : 75313914600017

CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

INSTITUT FRANCAIS DE GESTION · SIRET : 43219776200185

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	97855127300011	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	91487009200022	Former et organiser l'évaluation
SOCIETE FRANCAISE ETUDE FORMATION	39512947100094	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La filière marketing poursuit sa mutation de ses métiers et offre donc de nouvelles compétences à déployer au sein des entreprises. Le déploiement du numérique, l'utilisation généralisée d'Internet, les nouveaux supports de communication, la collecte de données massives et de plus en plus pointues, amènent des changements forts dans les comportements et les habitudes des consommateurs. Ces changements n'en sont qu'à leur début mais selon les différents baromètres et observatoires en France comme à l'étranger, plusieurs tendances majeures peuvent être dégagées sur les futures compétences des métiers du marketing :

- Une transformation digitale encore accrue ;
- Un consommateur mondialisé ;
- La disponibilité de données massives en volume et en valeur ;
- Paradoxalement, une recherche d'authenticité et le respect des valeurs écologiques ou plus largement de

développement durable.

ACTIVITÉS VISÉES

- Définition de la stratégie marketing et proposition d'une offre innovante :

Pour piloter efficacement l'entreprise et permettre sa croissance à long terme, le/la manager marketing et de la stratégie commerciale se doit de définir la stratégie marketing (diagnostic de l'entreprise et de ses marques et produits/services, diagnostic de l'environnement notamment concurrentiel) et proposer une offre innovante (proposition d'une offre cohérente avec les besoins des consommateurs et dans le respect des ressources de l'entreprise, dans le respect des délais, du budget et des objectifs à atteindre).

- Définition et mise en œuvre du plan de développement commercial

A partir de la stratégie marketing décidée, le/la manager marketing définit, met en place et suit un plan de développement commercial et de marketing opérationnel, en s'appuyant sur des moyens financiers, techniques, commerciaux et humains, il/elle définit et met en place également une stratégie de développement commercial, afin d'accompagner le développement organique de l'entreprise.

- Pilotage et mise en œuvre des actions de communication et de marketing digital

La mise en actions de la stratégie de l'entreprise passe également par l'élaboration des actions de communication digitale, la gestion des projets en lien avec le marketing digital, le suivi du plan de communication et de marketing digital, l'évaluation des retombées et la mise en place d'actions correctives le cas échéant.

- Gestion d'une équipe marketing et commerciale

L'organisation de la politique globale des équipes ou d'un service marketing et commercial revient au manager marketing et de la stratégie commerciale. Ces activités s'étendent du recrutement, à l'encadrement et à l'animation ainsi qu'à la fidélisation des équipes dédiées.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 Établir un diagnostic de l'entreprise

C2 Réaliser une étude de marché

C3 Déterminer les objectifs à atteindre

C4 Proposer un positionnement de marque ou produit

C5 Établir une offre répondant aux besoins du marché

C6 Construire un plan de développement commercial et d'actions marketing

C7 Assurer la mise en place et le suivi des actions de promotion des ventes

C8 Analyser la distribution numérique et la distribution en valeur

C9 Élaborer une campagne de marketing direct

C10 Évaluer les retombées des actions commerciales et marketing décidées

C11 Élaborer une stratégie marketing digitale

C12 Définir les scénarios de l'expérience utilisateur

C13 Déployer la stratégie de communication digitale

C14 Évaluer les retombées et mettre en place des actions correctives si nécessaire

C15 Assurer l'adéquation des ressources humaines, marketing et commerciales nécessaires à un bon développement

C16 Favoriser le développement des compétences des ressources humaines marketing et commerciales

C17 Transmettre aux équipes marketing et commerciales les objectifs à atteindre

C18 Coordonner le travail des équipes marketing et commerciales

Blocs de compétences

RNCP34806BC01 — Déterminer la stratégie marketing et proposer une offre innovante

LISTE DE COMPÉTENCES

Établir un diagnostic de l'entreprise

Réaliser une étude de marché

Déterminer les objectifs à atteindre

Proposer un positionnement de marque ou produit

Établir une offre répondant aux besoins du marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

RNCP34806BC02 — Définir et mettre en œuvre le plan de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire un plan de développement de développement commercial et marketing
Assurer la mise en place et le suivi des actions de promotion des ventes
Analyser la distribution numérique et la distribution en valeur
Élaborer une campagne de marketing direct
Évaluer les retombées des actions commerciales et marketing décidées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle
Etude de cas
Dossier écrit et soutenance orale

RNCP34806BC03 — Piloter et mettre en œuvre les actions de communication et de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer une stratégie marketing digitale
Définir les scénarios de l'expérience utilisateur souhaitée
Déployer la stratégie de communication digitale
Exécuter des actions correctives post-campagne

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle

RNCP34806BC04 — Gérer une équipe marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer l'adéquation des ressources humaines, marketing et commerciales nécessaires à un bon développement de l'entreprise
Favoriser le développement des compétences des ressources humaines marketing et commerciales
Transmettre aux équipes marketing et commerciales les objectifs à atteindre
Coordonner le travail des équipes marketing et commerciales

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

RNCP34806BC05 — Mise en œuvre et pilotage de la stratégie marketing et de management dans le secteur du luxe et de la mode. Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Proposer une stratégie marketing dans l'industrie du luxe et/ou de la mode
Établir le plan de communication d'une maison de luxe et de mode
Animer une équipe marketing en contrôlant les collections et en adaptant son type de management aux attentes des maisons de luxe
Organiser la distribution et les points de vente dans le cadre de lancement d'un produit ou d'une nouvelle collection
Piloter un événement de lancement
Intégrer les nouvelles tendances au portefeuille de marques ou à la gamme de produits

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

RNCP34806BC06 — Mise en œuvre et pilotage de la stratégie marketing et de management dans le secteur du tourisme. Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Proposer une stratégie marketing dans le secteur du tourisme
Segmenter le marché Adapter la politique de prix
Organiser un événement
Auditer une structure hôtelière
Organiser un système de veille des tendances touristiques et hôtelières

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

RNCP34806BC07 — Mise en œuvre et pilotage de la stratégie marketing et de management dans le secteur du sport. Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Etablir la stratégie marketing dans une entreprise du secteur du sport

Etablir un plan de communication dans le cadre d'un contrat de sponsoring, de mécénat sportif ou d'un événement sportif

Adapter la stratégie de l'entreprise aux contraintes de l'écosystème sportif

Conseiller la direction de l'organisation dans la gestion des contrats sportifs, de transferts et de contrats d'image avec des sportifs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

RNCP34806BC08 — Mise en œuvre et pilotage de la stratégie marketing et de management dans le secteur des vins et spiritueux. bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Établir une stratégie marketing dans le secteur spécifique des vins et spiritueux

Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre dans le respect de la stratégie

Élaborer un plan de communication adapté

Identifier l'opportunité de s'insérer dans un nouveau marché

Élaborer un plan des actions marketing ainsi que les actions de management à mettre en œuvre dans le cadre d'un développement à l'international

Piloter des actions commerciales sur un nouveau marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager Marketing et de la Stratégie Commerciale exerce dans tous les secteurs d'activités, pour tous type d'entreprises, au niveau national et international.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur marketing
- Directeur de marque
- Responsable marketing
- Responsable marketing produit/gamme de produits
- Responsable de clientèle
- Manager marketing
- Chef de projet marketing
- Chef de marque
- Chef de produit
- Chef de produit à l'international
- Chef de marché
- Consultant(e) marketing
- Chargé(e) d'études
- Chargé(e) d'affaires marketing

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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

RNCP niveau 6 ou équivalent dans le domaine concerné

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

Président du jury, Directeur de la certification, 2 professionnels du domaine externes à la certification, 2 membres intervenant dans la certification

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	5 015 €
Prise en charge	Branches concernées
5 015 €	Valeur par défaut · 213 branches

Base légale

Date de décision	23/07/2020
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/07/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	49	1	100 %	90 %
2017	49	0	100 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP23639

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38597, RNCP38598

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34806/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	11
Parcours menés à terme	11
Taux d'achèvement	100 %
Période	02/2022 – 11/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	27
Montant total engagé	106 227 €
Coût moyen par dossier	3 934 €
Durée moyenne	313 h
Période	10/2020 – 11/2024
France compétences	57 %
Reste à charge titulaire	30 %
Entreprise	7 %
France Travail	6 %

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