

Directeur commercial marketing et stratégie digitale

RNCP35147 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	34052, 34085
Code(s) ROME	D1406, M1705, M1707, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	16/12/2020
Date d'échéance	16/12/2025

Certificateur(s)

ETABLISSEMENT D ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE HAUTES ETUDES COMMERCIALES DE PARIS · SIRET : 81775918600023

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification directeur marketing/commerciale et stratégie digitale d'HEC Paris s'adresse aux cadres d'entreprise qui souhaitent se préparer ou renforcer leur expertise dans une ou plusieurs fonctions principales du domaine professionnel « Stratégie commerciale, marketing et supervision des forces de ventes ». Elle inscrit cette préparation ou ce renforcement dans la nouvelle donne des stratégies digitales tout en gardant son caractère général. Ce domaine professionnel recouvre dans les faits trois fonctions principales : Directeur marketing, Directeur commercial et Directeur de la communication. Chacun de ces directeurs a pour mission dans le domaine qui le concerne (marketing, commercial, communication) de définir, mettre en œuvre et faire appliquer la politique de l'entreprise en cohérence avec la stratégie générale de celle-ci et en intégrant les enjeux liés à la digitalisation. Cette dernière impacte non seulement les modes de travail des directeurs commerciaux et marketing mais elle propose de nouveaux business-models qui justifient son inscription dans cette certification. Le Directeur marketing/commerciale et stratégie digitale est le plus souvent membre du Comité de Direction (CODIR) ou Comité Exécutif (COMEX) et, dans ce cadre, est partie prenante des décisions majeures de l'entreprise, de la filiale ou de l'entité économique considérée.

ACTIVITÉS VISÉES

Dans le cadre de ses fonctions, le directeur marketing/commerciale et stratégie digitale exerce ses activités dans quatre domaines principalement.

- A1. Définir la stratégie marketing et piloter la mise en œuvre du plan marketing
- A.2 Définir la stratégie commerciale et fixer les objectifs de vente, piloter l'exécution du plan d'action commerciale
- A3. Définir la stratégie de communication, concevoir et mettre en œuvre le plan de communication de l'entreprise
- A4. Manager les équipes et l'environnement

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Contribuer au processus de décision stratégique au sein d'un CODIR ou COMEX
- Analyser l'environnement général et concurrentiel pour identifier et formaliser les axes d'une stratégie marketing en lien avec la stratégie d'entreprise afin de mettre en avant les conséquences marketing de toutes les formes de digitalisation et d'évolution des business modèles relatifs à cette digitalisation.
- Maîtriser les outils et techniques de marketing opérationnel pour définir un mix produit, une segmentation client, une politique de distribution et un plan média.

- Déterminer les moyens nécessaires, à court et moyen termes pour conduire le plan stratégie marketing
- Contrôler grâce à des indicateurs la mise en œuvre du plan marketing en coordonnant les parties prenantes internes (production, logistique, informatique, ...)
- Sélectionner et assurer la relation avec les prestataires et partenaires externes et le management des interfaces digitales : fournisseurs d'études qualitatives ou quantitatives, agences de publicité, agences de relations publiques, ...
- Définir, défendre et piloter le budget de l'action et de la direction marketing en s'appuyant sur des SI interne/externe à l'entreprise et en s'appuyant sur les équipes opérationnelles.
- Définir la stratégie commerciale et le plan d'actions :
 - ? en choisissant les cibles commerciales (y compris grands comptes),
 - ? en répartissant et organisant les ressources de la force de vente
 - ? en choisissant des modes de distribution,
- Argumenter auprès du comex, comme des équipes, sur les conséquences commerciales de toutes les formes de digitalisation et d'évolution des business modèles relatifs à cette digitalisation en s'appuyant sur des analyses issues de la stratégie marketing .
- Fixer la politique tarifaire par segment de marché voire par client en prenant en compte les contraintes de rentabilité
- Fixer les objectifs de ventes annuels et pluriannuels et répartir ces objectifs par pays, produit, marché (ou cible clients) et par équipe de vente
- Animer et motiver les équipes de vente en suivant et en assurant les négociations avec les clients stratégiques (grands comptes) et en coordonnant le management des interfaces digitales avec les clients et grands comptes.
- Analyser les résultats commerciaux individuels et collectifs et proposer des évolutions de la stratégie commerciale à court et moyen terme à la Direction Générale
- Définir l'ensemble des moyens humains, techniques et financiers ainsi que les outils nécessaires à l'atteinte des objectifs de vente en coordination avec les autres directions de l'entreprise.
- Sélectionner et coordonner les relations avec les prestataires et les partenaires externes en s'appuyant sur des techniques et outils de suivi de projet.
- Définir, défendre et piloter le budget de l'action et de la direction commerciale en s'appuyant sur des SI interne/externe à l'entreprise et en s'appuyant sur les équipes opérationnelles
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication sur l'ensemble des supports médiatiques en optimisant le retour sur investissement
- Veiller à la cohérence du positionnement et à l'image de l'entreprise à travers tous les canaux de communication inscrits au plan de communication
- Superviser la création et la production des supports destinés aux différents publics cibles en interne et en externe (brochures, kits, affiches, vidéos, réseaux sociaux, ...).
- Concevoir l'opérationnalité de la communication aux réseaux sociaux, médias et moyens digitaux et décliner cette stratégie par des plans d'action opérationnel à destination des équipes de communication
- Coordonner le développement d'outils de communication innovants en utilisant l'intelligence collective
- Assurer ou coordonner les relations avec les prestataires et partenaires externes en optimisant notamment les coûts d'achat d'espace
- Contribuer en soutien de la Direction Générale aux opérations de communication de crise
- Définir, défendre et piloter le budget de la communication auprès de sa hiérarchie et de ses équipes.
- Donner du sens, motiver et fédérer les équipes de vente sur le terrain et les équipes marketing en s'appuyant sur des techniques d'animation d'équipe.
- Définir des objectifs et conduire des évaluations de la performance afin de challenger les collaborateurs et optimiser leur performance.
- Veiller au développement personnel, à l'évolution professionnelle et à la formation des équipes, en particulier sur leur ressentis, postures, actions et adaptations à la révolution digitale.
- Expliquer les enjeux du marché et les exigences du client aux collaborateurs dans toutes les autres Directions ainsi qu'aux partenaires sociaux
- Adapter sa communication suivant les publics : interne – employés, actionnaires, CODIR, ... ou externes (analystes, journalistes) .

Blocs de compétences

RNCP35147BC01 — Stratégie marketing et mise en œuvre du plan Marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Maîtriser les techniques et méthodes d'analyse de l'environnement y compris sur les enjeux majeurs de l'environnement digital.
- Maîtriser les outils et techniques de marketing opérationnel pour définir un mix produit, une segmentation client, une politique de distribution et un plan média avec une identification de la digitalisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Réalisation d'un plan marketing en entreprise
- Travail individuel sur cas réels d'entreprise

RNCP35147BC02 — Stratégie commerciale, objectifs de vente, pilotage et exécution du plan d'action commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Aligner un plan marketing et un plan d'action commerciale en prenant en compte l'impact de la digitalisation sur les nouvelles articulations commercial / marketing.
- Maîtriser les principaux outils de mesure et de management de la performance (Budget, Retour sur Investissement, Indices de performance clés (KPI), ...)
- Maîtriser les principales techniques de ventes, de distribution, et de promotions sur les marchés principaux de l'entreprise et les impacts de l'Intelligence Artificielle dans ces métiers.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Réalisation d'un plan d'action commerciale en entreprise

RNCP35147BC03 — Stratégie de communication, conception et mise en œuvre du plan de communication de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Evaluer les différents supports médiatiques : affichages, brochures, sites internet, réseaux sociaux, et autres nouveaux supports digitaux selon leur mérite pour construire le plan média
- Favoriser le développement et l'utilisation de supports de communication innovants

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Réalisation d'un plan de communication en entreprise

RNCP35147BC04 — Management des équipes et l'environnement

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mobiliser ses qualités de leadership pour motiver les équipes y compris en temps de crise en développant son leadership « à distance ».
- Encadrer et diriger des équipes comportant des cadres et des experts

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Travail collectif sur cas réels d'entreprises thématiques permettant de mesurer l'acquisition de compétences en lien avec les activités du référentiel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les 3 fonctions qui composent le métier de Directeur Marketing et Commercial existent dans la plupart des grands groupes, des ETI (Entreprises de taille Intermédiaire) ou des PME/PMI, quels que soient les secteurs d'activité

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur Marketing et Commercial ? Directeur Marketing ? Directeur de la communication.
? Directeur Commercial

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)	3 001 €
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) 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)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	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 continue, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Ce MASTERE SPECIALISE® s'adresse à des cadres ayant au moins 5 années d'expérience professionnelle, appelés à une fonction de direction dans les métiers du Marketing. Les métiers du marketing s'entendent ici au sens large et intègrent la dimension digitale, la communication et le développement commercial. Les candidats sont soumis à une procédure de sélection. Les participants ayant déjà suivi un BADGE doivent cependant suivre la procédure de sélection propre aux Mastères Spécialisés® et capitaliser toutes les compétences requises et mentionnées dans le référentiel de certification.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury est composé de 5 personnes dont 40% de professionnels extérieurs à HEC, l'un est représentant des employeurs, l'autre des salariés.

Parmi les 5 personnes, seul le directeur académique intervient dans la formation.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de 5 personnes dont 40% de professionnels extérieurs à HEC, l'un est représentant des employeurs, l'autre des salariés.

Parmi les 5 personnes, aucune ne connaît le candidat.

Base légale

Date de décision	16/12/2020
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	16/12/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	16	0	94 %	100 %
2018	13	0	100 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28346

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42481

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35147/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	109
Parcours menés à terme	106
Taux d'achèvement	97 %
Période	04/2022 – 11/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	113
Montant total engagé	519 310 €
Coût moyen par dossier	4 596 €
Durée moyenne	26 h
Période	03/2021 – 09/2025
France compétences	68 %
Entreprise	21 %
Reste à charge titulaire	10 %
France Travail	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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