

Manager de la stratégie et de la performance commerciale

RNCP35894 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	32024, 34052, 34085
Code(s) ROME	M1705, H1102, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	15/09/2021
Date d'échéance	15/09/2023

Certificateur(s)

TALIS COMPETENCES & CERTIFICATIONS · SIRET : 34959731000086

Partenaires habilités

92 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 92 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
A 3 D	4818046640011	Former et organiser l'évaluation
AFC ALTERNANCE FORMATION COMMUNICATION	4188586920043	Former et organiser l'évaluation
AKOR ALTERNANCE	3517630570061	Former et organiser l'évaluation
ARTEMYS	4887923830025	Former et organiser l'évaluation
ARTEMYS	4887923830041	Former et organiser l'évaluation
ARTEMYS	4887923830082	Former et organiser l'évaluation
ASS FORMATION AUX AFFAIRES ET GESTION	3926505450016	Former et organiser l'évaluation
ASS FORMATION INTERPROFESSION P.E	3890953570023	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION EUROPE TECHNIQUE	3305421680027	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LA FORMATION AU MANAGEMENT A LA GESTION ET A L'ENTREPRENEURIAT (AFMGE)	4208472460089	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 92 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35894-manager-de-la-strategie-et-de-la-performance-commerciale/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les métiers commerciaux ont connu de profondes mutations toutes ces dernières années. La direction commerciale et marketing doit relever de nouveaux défis, en raison du rapprochement des deux fonctions, qui sont liées par des enjeux communs. Elles apprennent à faire face, ensemble aux nouvelles problématiques commerciales de l'entreprise, notamment mieux connaître le client, développer de nouveaux canaux de vente, en prenant en compte les enjeux à l'international.

La fonction commerciale et marketing est

impactée structurellement dans son quotidien professionnel par la digitalisation. Cette dernière a entraîné des changements organisationnels profonds : développement de la vente multicanale, et de manière plus générale, davantage de décentralisation des prises de décision ou de flexibilité dans les modes de travail.

Le commercial doit être de plus en plus polyvalent pour conseiller au mieux son client. Il doit être la synthèse d'une stratégie commerciale et marketing. Les frontières séparant les départements commercial et marketing sont amenées à évoluer dans les prochaines années.

Ces transformations impactent le métier de manager de la stratégie et de la performance : des activités résolument digitales et le management de projets de développement, en interne ou en externe.

En interne, via la création de nouveaux produits et services, autour de projets innovants ; en externe car de plus en plus de titulaires créent leur propre activité – bien souvent d'ailleurs dans le domaine du digital.

ACTIVITÉS VISÉES

Pilotage de la veille et analyse du marché

Élaboration de la stratégie marketing, commerciale et digitale

Conception de projets de développement, création d'entreprise ou d'activité, élaboration du business model et du business plan

Développement du portefeuille client et négociation commerciale

Déploiement de la stratégie marketing, commerciale, digitale et data

Pilotage budgétaire des projets

Management des équipes commerciales et marketing

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Organiser et piloter la veille en analysant et exploitant les informations recueillies afin d'identifier de nouvelles sources et opportunités de développement

Élaborer une stratégie marketing, commerciale et digitale en établissant un diagnostic des forces et faiblesses de ses produits et services afin de recommander et définir de grandes orientations à 3 et 5 ans et les objectifs à atteindre

Définir le modèle économique d'une affaire et manager son déploiement en identifiant ses principales caractéristiques afin d'en assurer la mise en œuvre conforme aux objectifs

Piloter le budget en évaluant les investissements nécessaires, les étapes de travail, les modalités de suivi et d'ajustement des dépenses dans le respect des objectifs prévisionnels financiers et des résultats escomptés

Manager ses équipes commerciales et marketing en définissant avec elles les objectifs à atteindre, les moyens à leur disposition, en suivant leur activité et leurs résultats et en favorisant leur implication et le développement de leurs compétences

Blocs de compétences

RNCP35894BC01 — Pilotage de la veille et analyse du marché

LISTE DE COMPÉTENCES

- Organiser les modalités d'une veille en définissant ses étapes principales, afin de disposer des sources d'information, études et données nécessaires à une réflexion stratégique,
- Interpréter les évolutions socio-économiques, tendances du marché et comportements des clients dans le respect du RGPD et en tenant compte des conséquences de situations de crise afin d'identifier de nouvelles sources potentielles de développement
- Déterminer les tendances et nouveaux besoins digitaux et élaborer la stratégie opérationnelle de l'entreprise pour y répondre (sites vitrines, portails, applications pour mobiles, stratégies de référencement SEO –SEM, programmes d'affiliation, trafic et visibilité) en définissant une stratégie de développement de projet digital en fonction d'objectifs,

de budgets et de délais.

- Analyser les caractéristiques des marchés émergents en évaluant leur potentiel, afin de déterminer l'intérêt, pour son entreprise, de se positionner sur ceux-ci.
- Organiser les systèmes de collecte d'informations sur le comportement et les préférences des utilisateurs, en y associant la direction des systèmes d'information, afin de disposer des données et traitements dans le respect du RGPD.
- Sélectionner les principaux clients à fidéliser et concevoir et déployer des actions de fidélisation en utilisant les techniques interactives (CRM, réseaux sociaux, Tips...) pour satisfaire les attentes des clients et donc les conserver
- Identifier les opportunités d'élargissement du marché ou de la clientèle en intégrant la stratégie de l'entreprise pour exploiter les sources potentielles de croissance.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Analyse de marché pour identifier les évolutions de son secteur.

Le candidat identifie les caractéristiques du marché, notamment les évolutions socio-économiques et technologiques. Il intègre les conséquences d'une situation de crise, interne ou externe. Il décide des études complémentaires à engager. Il dresse un diagnostic du marché permettant d'en déterminer les risques et opportunités.

Ce dossier fait l'objet d'une présentation orale.

Un certificat de validation propre à ce bloc est remis au candidat.

RNCP35894BC02 — Elaboration de la stratégie marketing, commerciale et digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Évaluer les potentialités de son entreprise et formaliser les éléments généraux de sa politique commerciale et de son plan de développement en définissant les orientations pour atteindre les objectifs fixés à 3 et 5 ans.
- Déterminer les nouvelles offres, les segments et cibles sur lesquels positionner ou repositionner les produits en sélectionnant les offres à commercialiser pour établir une recommandation.
- Identifier les évolutions à réaliser en interne et celles par croissance externe, en déterminant les moyens à mobiliser pour capter une nouvelle clientèle.
- Analyser le mix marketing des produits et marques actuels de l'entreprise et élaborer la politique de prix des produits et services en prenant en compte leurs caractéristiques et leur évolution, pour alimenter le diagnostic et recommander les axes marketing sur lesquels agir.
- Élaborer la stratégie opérationnelle de l'entreprise en calculant le coût de développement et des moyens à engager pour l'affaire ou l'activité visée.
- Construire un modèle économique (ex : Business Model Canvas) en réalisant des prévisions d'activité fiables en vue d'optimiser la création de valeur dans le cadre d'une nouvelle activité.
- Construire, chiffrer le business plan et évaluer les risques représentés par l'innovation en développant la créativité des équipes afin de formaliser les projets stratégiques à faire valider.
- Formaliser le plan de développement en argumentant les choix et analyses sur lesquels il/elle fonde sa stratégie en définissant le modèle économique du site e-commerce venant en complément des moyens classiques afin de le présenter en comité de direction et obtenir les moyens nécessaires

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Élaboration d'un plan stratégique

A

partir de l'analyse du marché et du diagnostic de l'entreprise, définir la stratégie marketing de l'entreprise.

Le candidat identifie les forces et

les faiblesses du client ; il établit un diagnostic de la situation du

client et élabore la stratégie marketing à mettre en place : produits, segments du marché, cibles. Il évalue les moyens à engager et présente les objectifs à court terme et à moyen terme.

La restitution fait l'objet d'un document écrit.

Un certificat de validation propre à ce bloc est remis au candidat.

RNCP35894BC03 — Conception et pilotage de projets de développement

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser la stratégie marketing et définir la stratégie opérationnelle de l'entreprise en la positionnant dans la stratégie globale de l'entreprise pour en assurer la cohérence.
- Engager une démarche d'intelligence économique en identifiant les principaux acteurs économiques (production, commercial, services fonctionnels...) afin de collecter l'information favorisant la prise de décision sur des projets innovants par les investisseurs internes ou externes.
- Concernant l'analyse des projets internes ou externes, évaluer le portefeuille de marques en prenant en compte l'impact du digital et les modes de diffusion des médias digitaux pour définir le type d'actions à engager.
- Manager une équipe projet en stimulant l'intelligence collective et en utilisant une méthode de type Design Thinking afin d'impliquer toutes les strates de l'entreprise.
- Sélectionner les principaux clients à fidéliser en instaurant une relation de création de valeur pour dynamiser son portefeuille clients.
- Définir le planning général des actions, en établissant les différentes étapes depuis le lancement des offres jusqu'aux actions de soutien à leur commercialisation pour respecter les objectifs et les délais.
- Structurer une proposition commerciale professionnelle et attractive, élaborer une stratégie de négociation et superviser la rédaction du cahier des charges/contrat en développant un argumentaire précis et en vérifiant les dimensions juridiques pour éviter tout litige.
- Concevoir le dispositif de pilotage de l'affaire et déployer les plans d'action en choisissant les étapes clés de leur réalisation afin d'atteindre les objectifs.
- Concevoir et déployer des actions de fidélisation en utilisant les techniques interactives (CRM, réseaux sociaux, tips...) pour satisfaire les attentes des clients et donc les conserver
- Concevoir un site, en définissant son arborescence, une charte graphique Web, son hébergement, un nom de domaine, afin d'en assurer la visibilité, y compris sur mobile (stratégies pull et push).
- Superviser la publication, la mise à jour des pages Web et l'ergonomie du site Web de l'entreprise en hiérarchisant les contenus du site pour mettre en œuvre la stratégie SMM (social media marketing) et les plateformes adaptées.
- Superviser l'utilisation des techniques digitales telles que le webtracking, le retargeting, le e-merchandising, les SEO, SEM, réseaux sociaux en optimisant l'approche client afin d'évaluer les parcours d'achat.
- Anticiper les risques possibles en élaborant différents scénarios afin de trouver rapidement des solutions adaptées aux problèmes qui pourraient survenir.
- Déterminer et mettre en œuvre les indicateurs clés de suivi des actions (moyens et objectifs) et les outils de reporting afin d'évaluer les actions et d'engager des actions correctrices au regard des écarts constatés entre objectifs prévisionnels et résultats atteints.
- Animer des réunions de suivi de projets, en apportant des solutions aux problèmes, pour informer et mobiliser les équipes.
- Analyser, en fin d'action, les réalisations en expliquant les écarts pour déterminer leur performance et leur degré d'atteinte des objectifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Proposition

de création d'une nouvelle activité.

Le candidat étudie et sélectionne

différentes propositions à présenter à la Direction ; il en détermine

les hypothèses de coûts et de recettes attendus afin de déterminer ses marges

de négociation. Il prépare la rédaction de la proposition et son argumentaire

en fonction des priorités de l'entreprise.

Le dossier est soutenu auprès d'un

jury représentant des instances décisionnaires.

Un certificat de validation propre à ce bloc est remis au candidat.

Élaboration d'un business model et d'un business plan

Le cas présente un ensemble de données du marché et de l'entreprise à étudier ainsi que les acteurs qui y interviennent.

Le candidat doit définir la stratégie marketing de l'entreprise et la situer dans la stratégie globale de l'entreprise. Il doit évaluer les marques à étudier et présenter un plan d'action (business plan) à la Direction.

Établissement

d'un plan de développement

A partir des caractéristiques des clients de l'entreprise et de celles du marché, le candidat analyse la potentialité d'accroissement du volume d'affaires, les clients à fidéliser prioritairement et les moyens à mobiliser à cette fin.

Un certificat de validation propre à ce bloc est remis au candidat.

RNCP35894BC04 — Pilotage budgétaire des projets

LISTE DE COMPÉTENCES

- Évaluer l'investissement nécessité par projet en indiquant à quel moment le ROI serait atteint pour contrôler le bon déroulement des actions.
- Organiser et budgéter l'ensemble des étapes du travail à produire par les différents professionnels impliqués dans le projet, en spécifiant les moments de validation à effectuer auprès du client.
- Expliquer aux professionnels internes ou externes, les opérations à réaliser, en indiquant les consignes et les contraintes à prendre en compte, de manière à respecter les critères qualité et les délais à respecter.
- Définir les modalités de suivi et d'évaluation du projet et des actions à mettre en œuvre, suivre l'engagement des dépenses effectuées et analyser les tableaux de suivi des dépenses et les indicateurs de marge fixés en veillant à les maintenir dans l'enveloppe définie afin de respecter les objectifs financiers et le planning des opérations.
- Animer des réunions de suivi des actions, évaluer et contrôler les dimensions budgétaires, financières et commerciales en vérifiant traçabilité des données, la fiabilité des prévisions et réalisations afin de trouver des solutions pour résoudre les problèmes techniques pouvant survenir et de décider des actions à mener au regard des écarts constatés entre les objectifs prévisionnels et les résultats atteints.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Montage budgétaire

A partir de l'analyse du marché, de ses tendances et de la stratégie de l'entreprise, déterminer les moyens budgétaires à engager et leur échelonnement dans le temps

Le candidat doit, pour le projet projeté, évaluer les moyens financiers à engager, les recettes estimées et leur répartition dans le temps, ainsi que les moyens de contrôle à exercer : indicateurs clés et tableaux de suivi. Un bilan de l'action est également présenté.

Un certificat de validation propre à ce bloc est remis au candidat.

RNCP35894BC05 — Management des équipes commerciales et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Organiser le travail à produire par chacune des équipes et définir les indicateurs de suivi, en expliquant les orientations des actions à conduire, les objectifs à atteindre et les moyens à mobiliser.
- Recruter de nouveaux collaborateurs en collaboration avec le service des Ressources Humaines en contrôlant l'efficacité de son organisation pour en optimiser les résultats.
- Animer différentes réunions en suscitant l'interactivité des interventions et l'implication des différents collaborateurs afin de suivre l'état d'avancement des activités et de résoudre les problèmes techniques ou humains posés.
- Réaliser les entretiens annuels d'évaluation de chacun des collaborateurs en définissant les primes à allouer et les actions de professionnalisation à mettre en œuvre.
- Élaborer le plan de développement des compétences en étudiant les besoins de l'entreprise et ceux des collaborateurs pour favoriser l'acquisition et l'approfondissement des compétences des membres de son équipe ainsi que l'atteinte des objectifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation opérationnelle

Mise en place d'une action de motivation de son équipe projet

Le candidat identifie les éléments de l'action ou de l'organisation qui posent un problème et propose la manière d'y remédier en déterminant les moyens à mobiliser et les indicateurs de suivi. Ce travail est présenté et animé à l'oral en mode réunion

Un certificat de validation propre à ce bloc est remis au candidat.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Toutes les entreprises de biens et de services de toutes tailles et de tous les secteurs d'activités en France ou à l'étranger.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur commercial, Directeur du développement,

Directeur des ventes (sales manager),

Responsable marketing, Responsable grands comptes (account manager),

Développeur d'affaires (business developer), Ingénieur d'affaires, Ingénieur commercial, Responsable web marketing, Responsable marketing digital, Responsable commercial, Consultant marketing, Consultant marketing digital, Chef de produit, Manager marketing et commercial, Directeur de clientèle, Customer care manager, Customer success manager...

et toutes les déclinaisons de ces métiers en fonction du nombre d'années d'expérience et de la taille et le secteur de l'entreprise.

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 975 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)

Projets de recrutement (BMO 2026)	40 236
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'un niveau 6 (EU) dans des filières à dominante commerciale, marketing, communication, gestion mais pas exclusivement,

Ou

- Se prévaloir d'une expérience professionnelle significative dans des fonctions commerciales et de gestion, marketing, communication, et pouvoir de ce fait accéder à la préparation du titre par la voie d'une réduction de parcours au vu du profil du candidat.

L'admission se fait sur examen du dossier, épreuves écrites (culture générale, logique et raisonnement, anglais), un entretien individuel.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

5 personnes au minimum dans le respect de 50 % de membres externes à l'organisme certificateur et n'ayant pas pris part à la formation :

- un président professionnel extérieur à l'établissement
- trois professionnels du secteur non intervenants dans l'établissement
- un membre de la direction : directeur des programmes certifiés, responsable de programme...

Parmi les professionnels : 50% de représentants des salariés et 50% de représentants d'employeurs, parité hommes/femmes

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

5 personnes au minimum dans le respect de 50 % de membres externes à l'organisme certificateur et n'ayant pas pris part à la formation

:

- un président professionnel extérieur à l'établissement
- trois professionnels du secteur non intervenants dans l'établissement
- un membre de la direction : directeur des programmes certifiés, responsable de programme...

Parmi les professionnels : 50% de représentants des salariés et 50% de représentants d'employeurs, parité hommes/femmes

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

5 personnes au minimum dans le respect de 50 % de membres externes à l'organisme certificateur et n'ayant pas pris part à la formation :

- un président professionnel extérieur à l'établissement
- trois professionnels du secteur non intervenants dans l'établissement
- un membre de la direction : directeur des programmes certifiés, responsable de programme...

Parmi les professionnels : 50% de représentants des salariés et 50% de représentants d'employeurs, parité hommes/femmes

COMPOSITION DU JURY — VAE

5 personnes au minimum dans le respect de 50 % de membres externes à l'organisme certificateur et n'ayant pas pris part à la formation :

- un président professionnel extérieur à l'établissement

- trois professionnels du secteur non intervenants dans l'établissement
 - un membre de la direction : directeur des programmes certifiés, responsable de programme...
- Parmi les professionnels : 50% de représentants des salariés et 50% de représentants d'employeurs, parité hommes/femmes

Base légale

Date de décision	15/09/2021
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	15/09/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	415	1	77 %	—
2019	316	3	73 %	45 %
2018	267	4	75 %	55 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP31037

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38586, RNCP38583

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://talys-bs.com/>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35894/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	3
Parcours menés à terme	2
Taux d'achèvement	67 %
Période	06/2022 – 09/2023

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	3
Montant total engagé	4 466 €
Coût moyen par dossier	1 489 €
Durée moyenne	89 h

Période	05/2022 – 06/2023
France compétences	98 %
Reste à charge titulaire	2 %

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