

Manager du développement marketing et commercial

RNCP36025 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34052, 34554, 34260, 34085
Code(s) ROME	M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	10/11/2021
Date d'échéance	10/11/2023

Certificateur(s)

ASS GROUPE ISEG INSTIT SUP EUROP GESTI · SIRET : 41128635400013

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
INSTITUT SUPERIEUR DE GESTION	41374806200010	Former et organiser l'évaluation
I P L "ISEFAC PARIS LILLE"	43456336700037	Former et organiser l'évaluation
I P L "ISEFAC PARIS LILLE"	43456336700052	Former et organiser l'évaluation
XP SCHOOL	88531987100012	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager du Développement Marketing et Commercial collabore à l'élaboration de la Stratégie globale de l'Entreprise à partir de laquelle il définit son plan Marketing et Commercial qui va permettre le développement de l'entreprise ou du marché.

Il gère et anime l'ensemble de la structure commerciale à qui il fixe des objectifs quantitatifs et qualitatifs, collectifs ou individuels, dans un cadre budgétaire.

Il développe les activités nouvelles, en lançant des opérations marketing visant à positionner et/ou repositionner les produits, la marque et l'image de l'entreprise suivant un mix-marketing préalablement défini, sur le marché domestique et/ou international.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyser les performances et réaliser des arbitrages sur les domaines d'activités stratégiques pérennes et capitalisables pour l'entreprise

Engager la transformation digitale de l'entreprise par l'identification de facteurs clés d'innovation via : l'audit de l'écosystème digital, l'analyse des enjeux numériques, la veille des évolutions technologiques et réglementaires sur les nouveaux terminaux numériques et nouvelles plateformes

Traduction des priorités stratégiques en plan d'actions marketing afin de planifier et mettre en œuvre les actions de promotion et de communication des marques

Manager et animer les équipes marketing, commerciales et les autres services liés à la relation client pour identifier

les nouveaux comportements d'achat et améliorer l'expérience client
 Optimiser la gestion des stocks entre le on-line et l'off-line en perfectionnant les fonctionnalités de la supply chain à l'aide d'outils numériques
 Générer un parcours client efficace via la prise en charge des différents canaux de distribution et la mise en place d'un dispositif à 360° permettant de maximiser les ventes
 Orchestrer l'implémentation des fonctions numériques au sein de l'organisation existante
 Valider et optimiser le parcours client généré par l'implémentation des fonctions numériques
 Maintenir l'ensemble des équipes au même niveau d'information grâce au partage et au reporting de veilles et de best practices afin de maximiser les compréhensions stratégiques et l'apport de valeur
 S'assurer de la performance de l'entreprise et identifier ses axes d'amélioration en prenant en compte les expériences utilisateurs et en collaborant avec divers services et partenaires commerciaux rigoureusement choisis

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Apporter de l'expertise à la réflexion stratégique globale de l'entreprise afin de déterminer le positionnement quantitatif et qualitatif sur le marché
 Positionner de façon quantitative et qualitative l'entreprise et sa concurrence
 Participer de façon active à la transformation numérique
 Contribuer à la conception de la mise en œuvre de la stratégie globale de l'entreprise
 Etablir un diagnostic marketing stratégique de l'entreprise en réalisant des études de marché
 Evaluer la cohérence et l'impact du marketing-mix proposé dans le plan de développement
 Concevoir avec ses équipes en mode « projet » un plan d'actions
 Définir une stratégie de distribution omnicanale
 Concevoir des solutions de logistique en matière d'organisation de la production et de la distribution
 Participer à l'implantation d'une plateforme de distribution définie
 Etablir des plans de charge avec le responsable de la distribution
 Analyser les modes de fonctionnement générés par la transformation digitale
 Définir l'organisation de la structure et un organigramme du ou des services
 Valider le cahier des charges des solutions retenues
 Communiquer en interne les choix stratégiques de l'entreprise et dialogue constructif
 Organiser les flux d'information afin de partager et promouvoir les meilleures pratiques en interne comme en externe
 Développer la politique « multicanal » de l'entreprise afin de la rendre opérationnelle, de qualité et compétitive

Blocs de compétences

RNCP36025BC01 — Contribution à l'élaboration de la stratégie globale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Apporter de l'expertise à la réflexion stratégique globale de l'entreprise afin de déterminer le positionnement quantitatif et qualitatif sur le marché
 Positionner de façon quantitative et qualitative l'entreprise et sa concurrence
 Participer de façon active à la transformation numérique
 Contribuer à la conception de la mise en œuvre de la stratégie globale de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Séminaires de compétence
 Séminaires d'expertises communication
 Séminaires d'expertises événementiel
 Projets appliqués
 Intégration professionnelle
 Remise de livrables

RNCP36025BC02 — Etude et conception d'une politique marketing multicanale

LISTE DE COMPÉTENCES

Etablir un diagnostic marketing stratégique de l'entreprise en réalisant des études de marché
 Evaluer la cohérence et l'impact du marketing-mix proposé dans le plan de développement
 Concevoir avec ses équipes en mode « projet » un plan d'actions
 Définir une stratégie de distribution omnicanale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Séminaires de compétence
Séminaires d'expertises communication
Séminaires d'expertises événementiel
Projets appliqués
Intégration professionnelle
Remise de livrables

RNCP36025BC03 — Conception d'une structure de distribution numérisée

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir des solutions de logistique en matière d'organisation de la production et de la distribution
Participer à l'implantation d'une plateforme de distribution définie
Établir des plans de charge avec le responsable de la distribution

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Séminaires de compétence
Séminaires d'expertises communication
Séminaires d'expertises événementiel
Projets appliqués
Intégration professionnelle
Remise de livrables

RNCP36025BC04 — Implémentation de la structure de distribution numérisée

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les modes de fonctionnement générés par la transformation digitale
Définir l'organisation de la structure et un organigramme du ou des services
Valider le cahier des charges des solutions retenues

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Séminaires de compétence
Séminaires d'expertises communication
Séminaires d'expertises événementiel
Projets appliqués
Intégration professionnelle
Remise de livrables

RNCP36025BC05 — Management des équipes et des acteurs de la politique marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Communiquer en interne les choix stratégiques de l'entreprise et dialogue constructif
Organiser les flux d'information afin de partager et promouvoir les meilleures pratiques en interne comme en externe
Développer la politique « multicanal » de l'entreprise afin de la rendre opérationnelle, de qualité et compétitive

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Séminaires de compétence
Séminaires d'expertises communication
Séminaires d'expertises événementiel
Projets appliqués
Intégration professionnelle
Remise de livrables

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager du développement marketing et commercial peut exercer dans tous les secteurs d'activité et dans tous les types d'entreprise (TPE, PME, Grandes entreprises).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur(trice) Marketing et Commercial

Directeur(trice) Marketing ou Marketing-Vente
 Directeur(trice) Marketing Digital
 Chef(fe) de projet e-CRM
 Chef(fe) de secteur Marché/produit / manager
 business unit
 Sales & Marketing Manager
 Responsable Shopper Marketing
 Ingénieur(e) Commercial(e)
 Business développement manager-Marketing et
 digital
 Business developer-Marketing Digital
 Consultant(e) digital

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

N/A

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences Les candidats(e) sont recrutés en 1ère, 2ème, 3ème et 4ème années par la voie d'épreuves de sélection (admissibilité sur dossier et admission sur épreuves de sélection et analyse des acquis personnels et professionnels).

Pour la première année, les candidats doivent être issus

:

d'un parcours de formation certifié de niveau 4 dans les domaines d'activités en lien avec la certification visée
 de terminales générales et technologiques (validation définitive de l'intégration sur attestation de réussite au BAC)
 d'une première année d'enseignement supérieur (DEUG, DUT, BTS, L1...)

Pour la deuxième année, les candidats doivent être issus

:

aux titulaires d'un titre certifié de niveau 5 dans les domaines d'activités en lien avec la certification visée
 aux étudiants(es) de 1ère ou 2ème année de classes préparatoires HEC
 aux élèves en cours d'études pour les DEUG, DUT, L1 ou BTS, sous réserve qu'ils aient validé leur première année ou leurs 2 semestres
 aux candidats(es) détenteurs(trices) d'une évaluation d'acquis professionnels et personnels, sanctionnée par une commission ad hoc**.

Pour la troisième année, les candidats doivent être issus

:

d'un titre certifié de niveau 5 dans les domaines d'activités en lien avec la certification visée
 d'un Diplôme français de niveau BAC + 2 (DEUG, DUT, BTS, L2, etc.)
 d'un titre français, titre ou diplôme étranger reconnu équivalent aux titres et diplômes cités ci-dessus par une commission ad hoc**
 ou d'une préparation de deux ans, de niveau BAC + 2, et/ou concours des filières scientifiques (classes préparatoires aux écoles d'ingénieurs...).

aux candidats(es) détenteurs(trices) d'une évaluation d'acquis professionnels et personnels sanctionnée par une commission ad hoc**.

Pour la quatrième année, les candidats doivent être issus

:

Titre certifié de niveau 6 dans les domaines d'activité en lien avec la certification visée
 Diplôme français sanctionnant un cycle d'études supérieures d'au moins trois ans post-baccalauréat* (L3, etc.)
 Titre d'ingénieur figurant sur la liste des établissements habilités à délivrer un diplôme d'ingénieur*
 Diplôme d'un Institut d'Etudes Politiques*
 Titre français, titre ou diplôme étranger reconnu équivalent aux titres et diplômes cités ci-dessus par une commission ad hoc**
 aux candidats(es) détenteurs(trices) d'une évaluation d'acquis professionnels et personnels sanctionnée par une commission ad hoc**.

(*) : Les candidats(es) en instance d'être titulaires de l'un des titres requis s'engagent à produire le titre requis jusqu'à la fin de l'année civile en cours. Le défaut de production suspend l'admission dans le cursus.

(**) : Une commission ad hoc est chargée d'apprécier l'équivalence des diplômes, des formations ou des acquis professionnels et personnels et de décliner les modalités d'individualisation des parcours de formation si nécessaire et possible.

Pour tout(e) candidat(e), l'accès au parcours de formation se fait sur la base : Concernant les publics de formation initiale, professionnelle continue ou en alternance : des épreuves d'admissibilité sur dossier et d'admission sur tests et entretien en cas de succès à l'admissibilité

Concernant les publics adultes en reprise d'étude : étude du projet professionnel et évaluation des compétences et acquis d'expériences antérieures (V.A.E., VAPP) pour l'identification du parcours de formation adapté.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE

Le jury est composé de 5 membres, dont 3 professionnels externes

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

le jury est composé de 5 membres, dont 3 professionnels externes

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		8 095 €
Selon la branche		6 032 € – 8 487 €
Prise en charge	Branches concernées	
8 095 €	Valeur par défaut · 171 branches	

8 487 €	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 négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses
8 100 €	CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEFP des industries des tuiles et briques, CPNEFP des industries électriques et gazières
7 801 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 750 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 110 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
8 370 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 351 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 338 €	CPNEFP Import-Export
8 321 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
8 005 €	CPNEF de la Publicité
7 830 €	CPNEFP des jardineries et graineteries
7 740 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 725 €	CPNEFP Commerce à distance
7 650 €	CPNE Branche Caoutchouc
7 425 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 361 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 200 €	CPNE chimie
6 975 €	CPNE des Télécoms
6 885 €	CPNEF de l'audiovisuel
6 490 €	CPNEFP de la métallurgie
6 292 €	CPNEF inter-secteurs papier carton
6 248 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 032 €	CPNEFP de l'industrie cimentière

Base légale

Date de décision	10/11/2021
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	10/11/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	265	0	84 %	37 %
2018	220	0	82 %	58 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP11933

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.iseg.fr/certification-manager-developpement-marketing-commercial/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36025/>