

Responsable de la performance commerciale et du marketing digital

RNCP36485 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34093, 34085, 31090, 46347
Code(s) ROME	M1703, M1704, M1705, E1101, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/06/2022
Date d'échéance	01/06/2025

Certificateur(s)

GMD · SIRET : 38890113400014

Partenaires habilités

8 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 8 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
CHAMBRE COMMERCE INDUSTRIE MAINE LOIRE	13000460900017	Former
GIPAFOC	42417546100021	Former
GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL POUR L'APPRENTISSAGE ET LA FORMATION CONTINUE	42417546100070	Former
INSTITUTION SAINTE CLOTILDE	53329492200075	Former
INSTITUT LA FORBINE - ECOLE HOTELIERE DE PROVENCE	41875656500028	Former
LE CENTRE DES APPRENTIS D'ALSACE	80335559300036	Former
OGEC GEX JEANNE D ARC	77933350900015	Former
STEPHENSON FORMATION	30975404200039	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification professionnelle de "Responsable de la performance commerciale et du marketing digital" s'inscrit dans un contexte en pleine mutation digitale : le numérique a transformé les métiers du marketing et du commerce et l'évolution est permanente. Il s'agit d'un professionnel qui développe des relations plus directes et personnalisées avec les

consommateurs. La révolution numérique a produit un client très informé, exigeant et versatile. Le client retrouve une place centrale et un vrai pouvoir dans la relation commerciale. Il dispose du pouvoir d'évaluer publiquement sur les médias sociaux l'entreprise et ses produits, obligeant à repenser la relation client. Dès lors, les technologies numériques prennent une place centrale dans la relation client. On assiste ainsi à un rapprochement des fonctions commerciales et marketing, imposant une nouvelle vision de la stratégie commerciale et de l'approche client.

Dans ce contexte de transformation digitale, les métiers et les compétences du marketing sont en évolution permanente.

De nouvelles activités et de nouveaux postes sont apparus et on ne raisonne plus en termes de canal mais d'approche globale du client ou d'expérience client (UX). Cela oblige les différents services à travailler de manière moins cloisonnée et contribue à favoriser la transversalité entre les différents métiers du marketing et du commercial. Ces postes nécessitent des compétences polyvalentes pour décliner la stratégie digitale et multicanale de l'entreprise et assurer le suivi opérationnel des projets (on-line, off-line et mobile).

Face à ces bouleversements, beaucoup de PME n'ont pas les compétences multiples et émergentes pour repenser leur stratégie marketing et leur approche client. Parallèlement, les grandes entreprises recherchent des nouveaux profils adaptés à ces nouvelles situations très évolutives.

ACTIVITÉS VISÉES

Les métiers associés à la formation répondent au bouleversement introduit par le numérique dans les entreprises avec un rapprochement très fort des 3 domaines : commercial, marketing et WEB.

Le responsable de la performance commerciale et du marketing digital doit être capable d'accompagner les entreprises dans leur transformation numérique et leur appropriation du WEB dans la relation client en mettant en place une stratégie marketing et/ou commerciale omnicanale et en la déclinant en plans opérationnels. Il analyse les différentes composantes du marché et détermine les orientations stratégiques, les objectifs à atteindre et les moyens multicanaux à mettre en place. Il accompagne l'entreprise aussi bien dans sa stratégie marketing digitale que dans sa stratégie et ses plans opérationnels commerciaux. Du fait de sa polyvalence, il peut intervenir aussi bien dans le domaine stratégique que dans l'opérationnel. Il peut intervenir dans le domaine commercial en support terrain, comme en management d'équipe et en accompagnement de la transition numérique.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Quatre blocs de compétence correspondent à la diversité des activités que peut remplir le responsable de la performance commerciale et du marketing :

- A.1. Domaine stratégie marketing et communication multicanale : Participation à la mise en place de la stratégie et de la politique marketing de l'entreprise, en particulier digitale. Analyser un marché, le segmenter, déceler les insight consommateur et les tendances. Assurer le lancement d'un nouveau produit/service. Assurer un plan média multicanal.

- A.2 Domaine commercial: participer au développement commercial de l'entreprise en ligne et hors ligne - décliner les orientations stratégiques en objectifs prévisionnels et opérationnels de vente.

Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation en utilisant les nouvelles technologies et le Web. Négocier des contrats. Créer un tableau de bord de pilotage de l'activité commerciale, l'analyser et en tirer les conséquences.

Analyser les parts de marchés, les ventes, les marges bénéficiaires du produit ou service. Déterminer la rentabilité des produits et de l'unité commerciale. Mener des négociations et faire des propositions écrites et orales en langue anglaise.

- A.3. Conception, développement et suivi du pôle communication et commercialisation digitales de l'entreprise.

Créer un site internet vitrine ou marchand et dialoguer avec une agence Web. Créer les contenus visuels. Assurer le référencement du site (SEO, SEA). Identifier la communauté de l'entreprise et community management. Analyser l'expérience utilisateur. Mesurer et analyser les retombées.

- A.4. Management de projet, animation de groupe et management d'équipe : Conduire un projet. Animer une réunion ou un groupe. Manager une équipe et la fédérer autour de valeurs communes pour faire apparaître un esprit de collaboration au service de la performance collective. Intégrer la dimension interculturelle dans le management.

Blocs de compétences

RNCP36485BC01 — Mise en place des orientations stratégiques et de la politique marketing omnicanales de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 – Recueillir les informations pertinentes et étudier le marché de l'entreprise par une approche multicanale

C1.2 – segmenter le marché en groupes homogènes, cibler et évaluer l'intérêt de chaque segment, trouver un positionnement adapté

C1.3 – analyser le comportement du consommateur cible à l'ère digitale

C1.4 Analyser les tendances et mettre en place un processus de veille digital

C1.5 détecter des marchés potentiels et mettre en place une stratégie et un plan de lancement de nouveaux produits appuyés sur le design thinking

C1.6 – réaliser un audit exhaustif de

l'appropriation du WEB par l'entreprise. -définir en fonction de la structure de l'entreprise, de son marché, du comportement de sa cible et de ses produits la stratégie digitale adaptée

- définir une image de marque digitale et un

positionnement WEB - Mettre en œuvre une stratégie inbound marketing appuyée sur le Marketing data driven

C1.7 – Analyser et optimiser l'expérience client

C1.8- Assurer la promotion de l'offre en établissant un plan de

communication omnicanal, sélectionner des supports de communication adaptés à l'entreprise, à la cible et aux produits

C1.9- développer le marketing événementiel pour promouvoir la marque ou le produit

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mise en situation

professionnelle simulée : étude de cas

- Mise en situation : création et lancement nouveau produit. Présentation écrite et orale devant jury

RNCP36485BC02 — Développement de la performance commerciale sur les différents canaux et suivi de la rentabilité

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1-Traduire

les orientations stratégiques en plans commerciaux opérationnels. Définir les objectifs commerciaux et planifier les actions.

C2.2-Développer

un plan de prospection multicanal afin de développer et diversifier le portefeuille clients de l'entreprise. Utiliser le social selling pour construire un réseau -vendre

et négocier des contrats en utilisant un plan précis et en intégrant les marges de négociation -mettre

en place des actions de fidélisation multicanales

C2.3-

Vendre, négocier et dialoguer avec les spécialistes en langue anglaise

C2.4-

Définir les objectifs des tableaux de bord, sélectionner les KPI adaptés.

Piloter la performance commerciale en s'appuyant sur ces tableaux.

C2.5-

définir des indicateurs de rentabilité adaptés aux produits et à l'unité commerciale Interpréter

les résultats et mesurer leurs conséquences

MODALITÉS D'ÉVALUATION

RNCP36485BC03 — Développement de la visibilité sur les supports digitaux

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1-

contribuer à la réalisation d'un site vitrine, d'un site marchand, -
pratiquer le webmastering et la mise à jour de site

C3.2-

créer des contenus pour le web (photos, videos,...) à l'aide de logiciels professionnels
adaptés

C3.3-

Optimiser le référencement du site sur les moteurs de recherche en utilisant
le SEO et SEA. -mesurer

les retombées, élaborer des statistiques -

Analyser l'audience, le parcours client, analyser le retour sur
investissement (ROI)

· C3.4- Choix et mise en place d'une solution

logistique(dropshipping, e-fulfilment

Gestion interne, plateforme logistique

tout-en-un...)

et d'une solution de paiement adaptées à la
situation

C3.5-

Etudier la sociologie de la/les communauté de l'entreprise. Manager les
réseaux sociaux de l'entreprise Mesurer
l'audience et les retombées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Epreuves pratiques sur poste informatique, études de cas

RNCP36485BC04 — Pilotage de projet et Management d'équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

C4.1- Piloter un projet (définir mission et objectifs, structurer et séquencer, organiser les tâches). Porter ce projet en
impliquant et suscitant l'adhésion de son équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés

C4.2- Animer une réunion et un groupe de travail en favorisant les prises de décision par la mobilisation de
l'intelligence individuelle et collective. Gérer les conflits.

C4.3- Manager une équipe (Organiser, motiver, communiquer, cadrer, inspirer, souder).Fédérer son équipe autour de
valeurs communes pour faire apparaître un esprit de collaboration au service de la performance collective. Intégrer la
dimension interculturelle dans le management

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas, mises en situation

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous secteurs d'activité. Du fait de la polyvalence de la formation liée au rapprochement très fort des trois domaines
en entreprise, les emplois peuvent relever aussi bien du domaine commercial, que du domaine
marketing/communication ou du digital.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Attaché/conseiller commercial
- Ingénieur Commercial
- Manager commercial,
- Responsable e-commerce
- Responsable de rayon
- Community manager

- Social media manager
- Content manager
- Webmaster Concepteur de sites Web
- Chef de Produit, chef de marché
- Responsable de la Promotion des Ventes
- Chargé / Chef de Projet Communication
- Manager Marketing et/ou commercial
- Responsable de la Communication

Avec quelques années d'expérience :

- Directeur expérience client (chief customer officer)
- Directeur des Ventes
- Directeur Commercial
- Responsable de l'e-marketing,
- Responsable de la stratégie mobile
- Traffic Manager
- Digital Account Manager
- Directeur de Clientèle
- Chef de Publicité...

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)	2 950 €
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) 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)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
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 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

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

Nombre de personnes composant le jury : 4 - Le directeur d'établissement - 2 professionnels

- Le responsable de filière

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	7 840 €
Selon la branche	5 418 € – 8 057 €
Prise en charge	Branches concernées
7 840 €	Valeur par défaut · 182 branches
8 057 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNEF de la Branche des organismes de formation
8 016 €	CPNE de l'immobilier, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 500 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
8 043 €	CPNEFP Sports Loisirs
8 012 €	CPNEF de la Publicité
7 928 €	CPNE de la branche de la librairie
7 883 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 870 €	CPNEFP Mutualité
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance
7 470 €	CPNE Travail Temporaire
7 210 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 500 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie
5 418 €	CPNEFP des commerces de gros

Base légale

Date de décision	01/06/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/06/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
-------	-----------	----------	------------------	--------------

2021	88	0	94 %	—
2020	53	0	93 %	—
2019	22	0	95 %	82 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP31967

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40248

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://idelca.fr/formation/bachelor-marketing-digital/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36485/>