

Diplôme d'études supérieures en commerce et management opérationnel

RNCP36563 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34254, 32047, 32024, 34093
Code(s) ROME	D1402, D1406, M1704, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2024

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

ASS FONDATEURS PROTECT INST CATHO LYON · SIRET : 32693006200145

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire de la certification est un responsable opérationnel plurivalent en gestion en mesure d'évoluer et de prendre des décisions dans un monde complexe, globalisé et responsable. Il construit l'offre produit et le plan d'actions commerciales en fonction des nouveaux comportements des consommateurs en France et à l'international. Il s'assure de l'atteinte des objectifs stratégiques et est capable de mettre en œuvre des mesures correctrices. Responsable de business units, d'un service marketing/commercial ou d'un centre de profit, il pilote le budget et manage une équipe et les risques associés à son activité quel que soit le secteur d'activité.

ACTIVITÉS VISÉES

- Contribuer à la conception du plan de développement commercial
 - o Analyser l'environnement interne et externe de l'organisation pour identifier des opportunités de développement
 - o Construire l'offre commerciale
- Mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing
 - o Définir et contrôler l'atteinte des objectifs
 - o Optimiser la relation client
 - o Atteindre les clients par différentes voies
 - o Développer le plan d'action à l'international
- Manager et décider de façon responsable dans un environnement complexe
 - o Développer un projet entrepreneurial et/ou intrapreneurial
 - o Intégrer les dimensions éthique et responsable dans son comportement professionnel
 - o Construire son projet professionnel
 - o Prendre des décisions dans un environnement complexe
- Piloter une business unit, un service ou un centre de profit
 - o Piloter un budget
 - o Manager une équipe
 - o Manager des risques

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La certification permet de développer les compétences suivantes :

- Concevoir et réaliser des enquêtes auprès des parties prenantes (suspects, prospects, clients, ...) afin d'identifier et collecter les informations sur un marché cible en utilisant les outils numériques de référence
- Transformer les données en informations utiles pour orienter les prises de décision (commerciales, marketing, ...)
- Analyser les informations afin d'identifier les tendances de marchés et comportements des consommateurs
- Réaliser un diagnostic interne et externe pour identifier les forces et faiblesses de l'entreprise face aux opportunités et aux risques liés à l'environnement
- Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit
- Analyser le marketing mix afin d'améliorer et/ou développer le plan marketing/commercial opérationnel en fonction des évolutions et des tendances de marchés
- Elaborer une offre de produits/services (gamme, prix, caractéristiques, conditionnement, ...) en tenant compte du positionnement de la marque et des tendances de consommation
- Concevoir un plan de communication et des campagnes promotionnelles adapté au lancement d'un nouveau produit en français et en langue étrangère
- Définir, piloter et adapter le plan d'actions commerciales (objectifs et moyens à mettre en œuvre)
- Préparer les outils numériques collaboratifs de reporting et d'indicateurs en centralisant les données dans un tableau de bord de pilotage de la performance permettant d'évaluer la contribution de chaque produits/services/centres de profits... et d'identifier les critères d'alerte en cas d'écart avec les objectifs
- Ajuster le plan d'action commercial à partir de l'analyse des tableaux de bords pour justifier si nécessaire le lancement de nouvelles actions commerciales pour atteindre les objectifs
- Optimiser la valeur client et la segmentation de la clientèle en concevant et en pilotant des programmes de fidélisation
- Développer et mesurer la qualité de la relation client afin d'améliorer l'expérience vécue
- Développer et animer la relation commerciale/clientèle sur tout type de canal, en particulier via les TIC, afin de valoriser le parcours et l'expérience client
- Gérer des bases de données clients en participant au paramétrage du système d'information avec la direction SI en respectant le RGPD
- Utiliser les techniques de vente et/ou de négociations afin de construire une offre adaptée aux besoins du clients et conforme aux objectifs de rentabilité
- Participer à l'élaboration de la stratégie et du plan de communication global (marketing, média, publicité, numérique) et multicanal visant à développer la notoriété de la marque (e-réputation, gestion de marque, ...)
- Mettre en place une stratégie de distribution digitale en coordonnant les acteurs web, en tenant compte du comportement et des différences entre les consommateurs
- Assurer la distribution directe et indirecte des produits pour l'ensemble des clients en sélectionnant les circuits en fonction de leurs caractéristiques et de l'offre produit
- Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour définir les modalités de distribution du produit à l'ensemble des clients
- Identifier les opportunités à partir de l'analyse de la concurrence sur un marché cible à l'international
- Sélectionner et/ou adapter les produits en fonction des besoins et des habitudes de consommation locales
- Etablir une analyse des risques pays présentant les spécificités (conditions de travail, culturelles, approvisionnement, ...) locales
- Evaluer les conditions d'implantation et de distribution sur le marché international
- Identifier et apprécier les opportunités de développement pour une innovation, une idée ou une nouvelle activité
- Construire un business model complet (création de valeur, parties prenantes, clients, canaux, business plan, ...) en identifiant des objectifs stratégiques mesurables
- Proposer un plan opérationnel de gestion et de suivi des activités en mettant en évidence des standards objectifs de performance
- Identifier les possibilités de financement externes et le cadre réglementaire de la création d'entreprise
- Communiquer de façon claire et non ambiguë avec les équipes transversale et hiérarchiques
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité, sociale, sociétale et environnementale
- Utiliser de façon éthique et responsable (environnement...) les nouvelles technologies numériques
- Appréhender l'Autre, la diversité et la différence afin de s'engager dans un management responsable
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder

- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation
- Développer une argumentation avec esprit critique
- Communiquer clairement et prendre la parole en public français ou dans une langue étrangère
- Elaborer le budget prévisionnel de son activité et/ou service en intégrant les moyens et ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs
- Analyser et interpréter un compte de résultat et les principaux ratios afin d'étudier et monitorer la rentabilité des activités
- Analyser les cash flows permettant de mesurer les capacités d'autofinancement à partir de tableaux de bords
- Piloter le budget et mettre en œuvre les actions budgétaires correctives en fonction des évolutions fiscales, légales et sectorielles et des risques clients "
- Recruter et organiser une équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés et en respectant les contraintes budgétaires
- Fixer des objectifs individuels et d'équipe et répartir les rôles et les missions à chaque collaborateur
- Construire les modalités d'évaluations et piloter l'atteinte des objectifs
- Prendre en compte la diversité en veillant au bien-être des collaborateurs
- Prendre en compte les règles et procédures juridiques et commerciales dans l'élaboration des contrats (travail, vente, ...)
- Suivre l'évolution du cadre fiscal afin d'optimiser la rentabilité de son activité
- Evaluer les conditions d'implantation sur une zone définie (en France ou à l'international) en recueillant des informations sur les dispositions fiscales et réglementaires en vigueur
- Analyser les risques clients et fournisseurs (en utilisant les ratios type EBITDA, DSO, gearing) et proposer des conditions de protection

Blocs de compétences

RNCP36563BC01 — Contribuer à la conception du plan de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir et réaliser des enquêtes auprès des parties prenantes (suspects, prospects, clients, ...) afin d'identifier et collecter les informations sur un marché cible en utilisant les outils numériques de référence
- Transformer les données en informations utiles pour orienter les prises de décision (commerciales, marketing, ...)
- Analyser les informations afin d'identifier les tendances de marchés et comportements des consommateurs
- Réaliser un diagnostic interne et externe pour identifier les forces et faiblesses de l'entreprise face aux opportunités et aux risques liés à l'environnement
- Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit
- Analyser le marketing mix afin d'améliorer et/ou développer le plan marketing/commercial opérationnel en fonction des évolutions et des tendances de marchés
- Elaborer une offre de produits/services (gamme, prix, caractéristiques, conditionnement, ...) en tenant compte du positionnement de la marque et des tendances de consommation
- Concevoir un plan de communication et des campagnes promotionnelles adapté au lancement d'un nouveau produit en français et en langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - Enquêtes marketing

travail collectif en groupe de 3 à 4 apprenants consistant en la création et l'administration de questionnaires (quantitatif et/ou qualitatif) visant le recueil de données puis en l'analyse/traitement afin d'obtenir des informations utiles à l'élaboration d'un plan commercial/marketing

Etude de cas (type CCMP) - Diagnostic stratégique

travail individuel sur une durée limitée (2 heures) visant à l'élaboration d'un diagnostic stratégique

Mise en situation professionnelle - Dossier Offre

Travail individuel portant sur la construction ou la réorganisation de l'offre produit d'une entreprise en analysant le positionnement, la marque, la gamme, la stratégie de prix, le packaging et en définissant une campagne de promotion adaptée

RNCP36563BC02 — Mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir, piloter et adapter le plan d'actions commerciales (objectifs et moyens à mettre en œuvre)
- Préparer les outils numériques collaboratifs de reporting et d'indicateurs en centralisant les données dans un tableau de bord de pilotage de la performance permettant d'évaluer la contribution de chaque produits/services/centres de profits... et d'identifier les critères d'alerte en cas d'écart avec les objectifs
- Ajuster le plan d'action commercial à partir de l'analyse des tableaux de bords pour justifier si nécessaire le lancement de nouvelles actions commerciales pour atteindre les objectifs
- Optimiser la valeur client et la segmentation de la clientèle en concevant et en pilotant des programmes de fidélisation
- Développer et mesurer la qualité de la relation client afin d'améliorer l'expérience vécue
- Développer et animer la relation commerciale/clientèle sur tout type de canal, en particulier via les TIC, afin de valoriser le parcours et l'expérience client
- Gérer des bases de données clients en participant au paramétrage du système d'information avec la direction SI en respectant le RGPD
- Utiliser les techniques de vente et/ou de négociations afin de construire une offre adaptée aux besoins du clients et conforme aux objectifs de rentabilité
- Participer à l'élaboration de la stratégie et du plan de communication global (marketing, média, publicité, numérique) et multicanal visant à développer la notoriété de la marque (e-réputation, gestion de marque, ...)
- Mettre en place une stratégie de distribution digitale en coordonnant les acteurs web, en tenant compte du comportement et des différences entre les consommateurs
- Assurer la distribution directe et indirecte des produits pour l'ensemble des clients en sélectionnant les circuits en fonction de leurs caractéristiques et de l'offre produit
- Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour définir les modalités de distribution du produit à l'ensemble des clients
- Identifier les opportunités à partir de l'analyse de la concurrence sur un marché cible à l'international
- Sélectionner et/ou adapter les produits en fonction des besoins et des habitudes de consommation locales
- Etablir une analyse des risques pays présentant les spécificités (conditions de travail, culturelles, approvisionnement, ...) locales
- Evaluer les conditions d'implantation et de distribution sur le marché international

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - Objectifs et reporting commercial (groupe)

Cas pratique – PAC (individuel)

Mise en situation professionnelle - Business Game (groupe)

Mise en situation professionnelle – CRM (groupe)

Jeu de rôle – Négociation (individuel)

Etude de cas - Communication 360 off & online (individuel)

Cas pratique individuel - Stratégie de distribution

Dossier - Stratégie d'internationalisation (groupe)

RNCP36563BC03 — Manager et décider de façon responsable dans un environnement complexe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier et apprécier les opportunités de développement pour une innovation, une idée ou une nouvelle activité
- Construire un business model complet (création de valeur, parties prenantes, clients, canaux, business plan, ...) en identifiant des objectifs stratégiques mesurables
- Proposer un plan opérationnel de gestion et de suivi des activités en mettant en évidence des standards objectifs de performance
- Identifier les possibilités de financement externes et le cadre réglementaire de la création d'entreprise
- Communiquer de façon claire et non ambiguë avec les équipes transversale et hiérarchiques
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité, sociale, sociétale et environnementale
- Utiliser de façon éthique et responsable (environnement...) les nouvelles technologies numériques
- Appréhender l'Autre, la diversité et la différence afin de s'engager dans un management responsable
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les

parcours possibles pour y accéder

- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique
- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation
- Développer une argumentation avec esprit critique
- Communiquer clairement et prendre la parole en public français ou dans une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - Projet entrepreneurial (groupe)

Etude de cas - Business & Ethique (individuel)

Mise en situation professionnelle – Solicity (individuel)

Mise en situation professionnelle – Stage / alternance

Dossier - Revue de littérature (individuel)

Mémoire (individuel)

RNCP36563BC04 — Piloter une business unit, un service ou un centre de profit

LISTE DE COMPÉTENCES

- Elaborer le budget prévisionnel de son activité et/ou service en intégrant les moyens et ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs
- Analyser et interpréter un compte de résultat et les principaux ratios afin d'étudier et monitorer la rentabilité des activités
- Analyser les cash flows permettant de mesurer les capacités d'autofinancement à partir de tableaux de bords
- Piloter le budget et mettre en œuvre les actions budgétaires correctives en fonction des évolutions fiscales, légales et sectorielles et des risques clients "
- Recruter et organiser une équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés et en respectant les contraintes budgétaires
- Fixer des objectifs individuels et d'équipe et répartir les rôles et les missions à chaque collaborateur
- Construire les modalités d'évaluations et piloter l'atteinte des objectifs
- Prendre en compte la diversité en veillant au bien-être des collaborateurs
- Prendre en compte les règles et procédures juridiques et commerciales dans l'élaboration des contrats (travail, vente, ...)
- Suivre l'évolution du cadre fiscal afin d'optimiser la rentabilité de son activité
- Evaluer les conditions d'implantation sur une zone définie (en France ou à l'international) en recueillant des informations sur les dispositions fiscales et réglementaires en vigueur
- Analyser les risques clients et fournisseurs (en utilisant les ratios type EBITDA, DSO, gearing) et proposer des conditions de protection

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle - Rédaction d'un budget prévisionnel (individuel)

Exercice pratique – Indicateurs (individuel)

Mise en situation professionnelle – Recrutement (individuel)

Mise en situation professionnelle – Entretien (individuel)

Etude de cas – Contrats de vente (individuel)

Cas pratique individuel – Risques clients (individuel)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire de la certification exerce principalement ses fonctions au sein d'entreprises de taille intermédiaire en France et à l'international mais peut également exercer au sein de grands groupes ou de start-ups.

Il évolue au sein dans tous types de secteurs d'activités des entreprises (services, industries, luxe). Les postes occupés sont principalement des postes de management opérationnels ayant rapport avec son expertise métier

(commercial, marketing/communication, ...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable commercial / ou de service commercial / Ingénieur commercial
Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel
Chef de produit
Responsable Grands Comptes, Key Account Manager
Responsable des Ventes / Responsable administration des Ventes
Responsable de la relation clientèle / Manager relation client / Responsable Clientèle
Responsable e-commerce et marketing digital
Chargé (e) de communication

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Aucune

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)	2 887 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	33 329
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés commerciaux 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, Candidature individuelle, VAE

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

Président de jury : maître de conférences ou professeur des Universités
Représentant du Recteur de l'Académie de Lyon
Directeur général de l'ESDES, par délégation le Directeur des programmes
Directeur du programme Grande Ecole
Deux enseignants-chercheurs (majeure en gestion), nommés par le Directeur des Programmes,
La responsable des scolarités

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

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	7 923 €
Selon la branche	6 000 € – 8 400 €

Prise en charge	Branches concernées
7 923 €	Valeur par défaut · 200 branches
8 400 €	CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 071 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 156 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2024
-------------------------------------	------------

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38753

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.esdes.fr/accueil/programmes/formations-bac-3/>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36563/>