

Manager international

RNCP36904 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 312, 313
Formacode(s)	32006, 34236, 34260
Code(s) ROME	D1406, M1705, H1102, M1302, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	29/09/2022
Date d'échéance	29/09/2025

Certificateur(s)

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600140	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager International

est un manager polyvalent ayant la particularité de pouvoir exercer son activité professionnelle tout aussi bien dans son pays d'origine que dans un pays étranger. L'objectif de sa fonction est de répondre à la mondialisation croissante des marchés et par conséquent à l'internationalisation des emplois, Il cumule des expertises dans un ou plusieurs domaines d'activité lié au Développement d'Affaires et capacité à l'exercer dans un contexte propre aux différents pays dans lesquels il intervient, en tenant compte de ses spécificité économiques, techniques, humaines et culturelles.

ACTIVITÉS VISÉES

Définition d'une stratégie et d'un plan marketing à l'international

Conception et mise en place d'un plan d'action commerciale à l'international, maîtrise des risques

Optimisation de la performance globale d'une entité économique dans un contexte international

Pilotage des projets et management des hommes dans un environnement international

Organisation des opérations et de la logistique dans un contexte international

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Conduire des enquêtes (par questionnaire et entretiens), pour qualifier le marché visé en identifiant plus précisément les besoins, les comportements d'achat (motivations, freins, ...) et le degré d'attractivité potentielle du/des produit(s)/ service(s) de l'entreprise à développer à l'international

Analyser les éléments de veille marketing et les résultats des études qualitatives et quantitatives menées, en mettant en évidence les opportunités et risques au regard des différentes variables d'environnement propres au marché étranger ciblé pour alimenter la réflexion stratégique

Analyser le positionnement des concurrents en mobilisant les méthodes d'analyse appropriées afin d'identifier

l'avantage compétitif de la marque

Elaborer les différentes stratégies marketing envisageables sur la zone pays visée, valorisées en termes de potentiel de croissance et de risque, en s'appuyant sur les matrices d'analyse stratégique et en prenant en compte la stratégie globale de l'entreprise ainsi que ses capacités de développement, afin de permettre le choix d'une stratégie créative et innovante offrant les meilleures perspectives de rentabilité durable

Défendre les options stratégiques auprès de la Direction Générale et des investisseurs potentiels, en argumentant sur le développement potentiel du volume d'affaires et sur les gains potentiels en termes de résultats économiques pour convaincre ses interlocuteurs de la viabilité du projet à l'international

Elaborer le plan marketing et de communication multi –canal visant à développer l'actif de marque à l'international en abordant tous les segments de marché cibles et en prenant en compte les spécificités "locales " (usages, réglementation, culture, ...), en fixant des objectifs quantitatifs et qualitatifs (parts de marché à gagner, volumes de clients ciblés, ...) et en élaborant une méthodologie de suivi de la réalisation du plan (outils, calendrier, indicateurs de performance, ...)

Construire le budget marketing prévisionnel en s'assurant de l'exhaustivité et de la juste pesée des postes de coûts répertoriés, en tenant compte des incertitudes et risques liés à un contexte international complexe, et en cohérence avec l'enveloppe budgétaire dédiée au projet.

Piloter les actions de communication et de marketing digital en mobilisant les différents services de son entreprise ou prestataires externes, en veillant au respect de la cohérence du cross-canal et en mesurant leur efficience au regard des objectifs marketing fixés pour garantir le succès de la mise en marché.

Intégrer dans l'ensemble des éléments du mix marketing et communication, la prise en compte des adaptations nécessaires à l'accès et à l'usage de l'offre mise sur le marché pour les publics cibles en situation de handicap

Evaluer les risques ayant des incidences sur les actions commerciales, à partir des éléments de veille et des informations recueillis auprès des partenaires présents dans le pays ciblé, pour sécuriser le déploiement des activités envisagées

Définir les objectifs commerciaux, les actions commerciales à mener, les étapes et les ressources à allouer, en évaluant les risques, en prenant en compte la stratégie de l'entreprise et sa position sur le marché à l'international, pour développer des parts de marché / de nouvelles cibles,

Constituer le réseau commercial en s'appuyant sur des partenaires reconnus sur le marché cible et/ou sur des collaborateurs internes au profil international, pour pouvoir déployer une force de vente adaptée aux spécificités locales

Choisir et mettre en place des indicateurs clés de performance pour mesurer le retour sur investissement d'opérations commerciales internationales en incluant les aspects RSE en utilisant des tableaux de bord facilitant le repérage des résultats des indicateurs clés et l'analyse des écarts.

Analyser les Dossiers de Consultation des Entreprises (DCE) sur les plans quantitatifs (montant des marchés, délais) et qualitatifs (aspects juridiques et techniques, ...) à partir d'une veille ciblée des appels d'offres à l'international pour sélectionner et préqualifier les consultations

Concevoir une stratégie de réponse gagnante à un appel d'offres international en intégrant tous les attendus du cahier des charges (techniques, prix, qualité, délais, ...) et en valorisant les atouts de l'entreprise en réponse aux problématiques des commanditaires

Piloter et développer la relation client en recourant à un CRM adapté aux besoins de croissance à l'international de l'entreprise pour améliorer la productivité des équipes et favoriser le retour sur investissement par une identification optimisée des profils clients pour un ciblage performant des actions marketing

Construire un argumentaire de vente pour convaincre un client en démontrant l'adéquation d'une offre par rapport à son besoin et en se démarquant du positionnement des concurrent

Négocier, à partir d'une matrice de contrat de l'entreprise, les conditions de vente de produits /de services à l'international, pour encadrer la réalisation d'une prestation en respectant les niveaux de marge attendus, en traitant les objections et les réserves du client, en tenant compte des codes culturels de l'interlocuteur, en veillant à sécuriser le paiement de la transaction, et préserver l'intérêt des deux parties

Construire les budgets et le compte d'exploitation prévisionnel en respectant les normes comptables internationales pour projeter l'activité internationale à moyen et long terme

Interpréter les états comptables et les ratios usuels pour mesurer la santé financière d'une entité économique en intégrant les particularités fiscales propres à chaque pays

Analyser la performance financière, sociale et environnementale de l'entité économique, au moyen des indicateurs de résultats d'exploitation, des critères de performance liés à la RSE, en calculant les ratios et soldes intermédiaires de gestion à valeur internationale et en prenant en compte la fiscalité et les lois de chaque pays concerné, pour remonter

les informations auprès de sa hiérarchie et optimiser les opérations à conduire dans les pays cibles

Effectuer des préconisations adossées au reporting des activités pour orienter les décisions futures d'investissement et d'embauches en tenant compte des forces et faiblesses actuelles

Analyser et monitorer les écarts par rapport au budget initial pour piloter l'écoulement budgétaire en proposant des actions correctives créatrices de valeur

Analyser la performance des outils digitaux d'analyse des données, selon des critères détaillés, en investiguant sur les indicateurs et les sources d'informations complémentaires pour optimiser le reporting et le processus de prise de décision

Analyser des données socio-économiques pour éclairer ses décisions managériales en intégrant les aspects réglementaires applicables à son périmètre d'activités

Mobiliser les outils numériques et les méthodes de gestion de projets pour gérer les ressources en temps réel et à distance en garantissant leur accessibilité ou en les adaptant aux situations éventuelles de handicap

Veiller à la prise en compte de la diversité et du handicap dans la constitution et l'animation des équipes afin de contribuer à la politique d'inclusion de l'entreprise

Organiser le travail des équipes à distance, en leur fixant des objectifs individuels et collectifs, en prenant en compte les aspects multiculturels et les situations de handicap, en veillant à l'instauration et à l'utilisation d'outils de communication et de partage de l'information adaptés, afin d'optimiser la collaboration et la productivité des équipes

Animer les équipes à l'international en donnant du sens à l'action, en partageant la vision stratégique, en répondant aux attentes spécifiques et en repérant les éventuels signaux faibles pour motiver les équipes et les fédérer dans l'exécution de la stratégie de l'entreprise

Développer son intelligence émotionnelle pour contrôler ses émotions, comprendre celles des autres et anticiper les comportements en intégrant les aspects multiculturels

Evaluer la performance individuelle des collaborateurs, en veillant à les évaluer avec objectivité et équité, pour repérer et fidéliser les hauts potentiels et pour identifier les besoins en compétences des collaborateurs

Conduire des négociations salariales, en prenant en compte les directives de l'entreprise, l'atteinte par les collaborateurs des objectifs individuels et les besoins de fidélisation des hauts potentiels

Cartographier les processus et décrire les procédures pour optimiser la qualité d'exécution des opérations internationales en respectant le système de management de la qualité (SMQ) de l'entreprise

Elaborer et mettre en place des procédures de contrôle pour améliorer l'organisation et sécuriser le déploiement à l'international en intégrant les contraintes logistiques

Concevoir une chaîne logistique globale pour organiser les flux internationaux de marchandises en intégrant les achats, la transformation, et la vente de produits finis et les retours

Proposer et mettre en œuvre des transformations organisationnelles et logistiques pour fluidifier les opérations internationales en préservant les marges commerciales

Auditer les processus organisationnels, en évaluant la conformité des processus organisationnels aux exigences des normes qualité et en identifiant les risques liés aux éventuelles défaillances, pour améliorer la gestion administrative des ressources en redéfinissant l'organisation des processus et les KPI

Identifier et sélectionner des fournisseurs, sous-traitants ou partenaires, en définissant les critères de sélection dans le respect des normes qualité de l'entreprise, pour développer les activités internationales de l'entreprise en intégrant les règles propres aux achats dans chaque pays

Blocs de compétences

RNCP36904BC01 — Définir une stratégie et mettre en œuvre un plan marketing à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Conduire des enquêtes (par questionnaire et entretiens), pour qualifier le marché visé en identifiant plus précisément les besoins, les comportements d'achat (motivations, freins, ...) et le degré d'attractivité potentielle du/des produit(s)/service(s) de l'entreprise à développer à l'international

Analyser les éléments de veille marketing et les résultats des études qualitatives et quantitatives menées, en mettant en évidence les opportunités et risques au regard des différentes variables d'environnement propres au marché étranger ciblé pour alimenter la réflexion stratégique

Analyser le positionnement des concurrents en mobilisant les méthodes d'analyse appropriées afin d'identifier l'avantage compétitif de la marque

Elaborer les différentes stratégies marketing envisageables sur la zone pays visée, valorisées en termes de potentiel

de croissance et de risque, en s'appuyant sur les matrices d'analyse stratégique et en prenant en compte la stratégie globale de l'entreprise ainsi que ses capacités de développement, afin de permettre le choix d'une stratégie créative et innovante offrant les meilleures perspectives de rentabilité durable

Défendre les options stratégiques auprès de la Direction Générale et des investisseurs potentiels, en argumentant sur le développement potentiel du volume d'affaires et sur les gains potentiels en termes de résultats économiques pour convaincre ses interlocuteurs de la viabilité du projet à l'international

Elaborer le plan marketing et de communication multi –canal visant à développer l'actif de marque à l'international en abordant tous les segments de marché cibles et en prenant en compte les spécificités "locales " (usages, réglementation, culture, ...), en fixant des objectifs quantitatifs et qualitatifs (parts de marché à gagner, volumes de clients ciblés, ...) et en élaborant une méthodologie de suivi de la réalisation du plan (outils, calendrier, indicateurs de performance, ...)

Construire le budget marketing prévisionnel en s'assurant de l'exhaustivité et de la juste pesée des postes de coûts répertoriés, en tenant compte des incertitudes et risques liés à un contexte international complexe, et en cohérence avec l'enveloppe budgétaire dédiée au projet

Piloter les actions de communication et de marketing digital en mobilisant les différents services de son entreprise ou prestataires externes, en veillant au respect de la cohérence du cross-canal et en mesurant leur efficacité au regard des objectifs marketing fixés pour garantir le succès de la mise en marché

Intégrer dans l'ensemble des éléments du mix marketing et communication, la prise en compte des adaptations nécessaires à l'accès et à l'usage de l'offre mise sur le marché pour les publics cibles en situation de handicap

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas

Rapport écrit individuel

Company cases challenge

RNCP36904BC02 — Concevoir et mettre en place un plan d'action commercial à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Evaluer les risques ayant des incidences sur les actions commerciales, à partir des éléments de veille et des informations recueillis auprès des partenaires présents dans le pays ciblé, pour sécuriser le déploiement des activités envisagées

Définir les objectifs commerciaux, les actions commerciales à mener, les étapes et les ressources à allouer, en évaluant les risques, en prenant en compte la stratégie de l'entreprise et sa position sur le marché à l'international, pour développer des parts de marché / de nouvelles cibles,

Constituer le réseau commercial en s'appuyant sur des partenaires reconnus sur le marché cible et/ou sur des collaborateurs internes au profil international, pour pouvoir déployer une force de vente adaptée aux spécificités locales

Choisir et mettre en place des indicateurs clés de performance pour mesurer le retour sur investissement d'opérations commerciales internationales en incluant les aspects RSE en utilisant des tableaux de bord facilitant le repérage des résultats des indicateurs clés et l'analyse des écarts

Analyser les Dossiers de Consultation des Entreprises (DCE) sur les plans quantitatifs (montant des marchés, délais) et qualitatifs (aspects juridiques et techniques, ...) à partir d'une veille ciblée des appels d'offres à l'international pour sélectionner et préqualifier les consultations

Concevoir une stratégie de réponse gagnante à un appel d'offres international en intégrant tous les attendus du cahier des charges (techniques, prix, qualité, délais, ...) et en valorisant les atouts de l'entreprise en réponse aux problématiques des commanditaires

Piloter et développer la relation client en recourant à un CRM adapté aux besoins de croissance à l'international de l'entreprise pour améliorer la productivité des équipes et favoriser le retour sur investissement par une identification optimisée des profils clients pour un ciblage performant des actions marketing

Construire un argumentaire de vente pour convaincre un client en démontrant l'adéquation d'une offre par rapport à son besoin et en se démarquant du positionnement des concurrents

Négocier, à partir d'une matrice de contrat de l'entreprise, les conditions de vente de produits /de services à l'international, pour encadrer la réalisation d'une prestation en respectant les niveaux de marge attendus, en traitant les objections et les réserves du client, en tenant compte des codes culturels de l'interlocuteur, en veillant à sécuriser le paiement de la transaction, et préserver l'intérêt des deux parties

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas
Jeu de rôle et mise en situations
Rapport écrit individuel

RNCP36904BC03 — Optimiser la performance globale d'une entité économique dans un contexte international

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire les budgets et le compte d'exploitation prévisionnel en respectant les normes comptables internationales pour projeter l'activité internationale à moyen et long terme

Interpréter les états comptables et les ratios usuels pour mesurer la santé financière d'une entité économique en intégrant les particularités fiscales propres à chaque pays

Analyser la performance financière, sociale et environnementale de l'entité économique, au moyen des indicateurs de résultats d'exploitation, des critères de performance liés à la RSE, en calculant les ratios et soldes intermédiaires de gestion à valeur internationale et en prenant en compte la fiscalité et les lois de chaque pays concerné, pour remonter les informations auprès de sa hiérarchie et optimiser les opérations à conduire dans les pays cibles

Effectuer des préconisations adossées au reporting des activités pour orienter les décisions futures d'investissement et d'embauches en tenant compte des forces et faiblesses actuelles

Analyser et monitorer les écarts par rapport au budget initial pour piloter l'écoulement budgétaire en proposant des actions correctives créatrices de valeur

Analyser la performance des outils digitaux d'analyse des données, selon des critères détaillés, en investiguant sur les indicateurs et les sources d'informations complémentaires pour optimiser le reporting et le processus de prise de décision

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas
Jeu de rôle et mise en situations
Rapport écrit individuel

RNCP36904BC04 — Piloter les projets, les hommes et les budgets dans un environnement international

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser des données socio-économiques pour éclairer ses décisions managériales en intégrant les aspects réglementaires applicables à son périmètre d'activités

Mobiliser les outils numériques et les méthodes de gestion de projets pour gérer les ressources en temps réel et à distance en garantissant leur accessibilité ou en les adaptant aux situations éventuelles de handicap

Veiller à la prise en compte de la diversité et du handicap dans la constitution et l'animation des équipes afin de contribuer à la politique d'inclusion de l'entreprise

Organiser le travail des équipes à distance, en leur fixant des objectifs individuels et collectifs, en prenant en compte les aspects multiculturels et les situations de handicap, en veillant à l'instauration et à l'utilisation d'outils de communication et de partage de l'information adaptés, afin d'optimiser la collaboration et la productivité des équipes

Animer les équipes à l'international en donnant du sens à l'action, en partageant la vision stratégique, en répondant aux attentes spécifiques et en repérant les éventuels signaux faibles pour motiver les équipes et les fédérer dans l'exécution de la stratégie de l'entreprise

Développer son intelligence émotionnelle pour contrôler ses émotions, comprendre celles des autres et anticiper les comportements en intégrant les aspects multiculturels

Evaluer la performance individuelle des collaborateurs, en veillant à les évaluer avec objectivité et équité, pour repérer et fidéliser les hauts potentiels et pour identifier les besoins en compétences des collaborateurs

Conduire des négociations salariales, en prenant en compte les directives de l'entreprise, l'atteinte par les collaborateurs des objectifs individuels et les besoins de fidélisation des hauts potentiels

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jeu de rôle et mise en situations
Company cases challenge
Rapport individuel écrit

RNCP36904BC05 — Elaborer les processus opérationnels et la logistique afin de sécuriser les activités à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Cartographier les processus et décrire les procédures pour optimiser la qualité d'exécution des opérations internationales en respectant le système de management de la qualité (SMQ) de l'entreprise

Elaborer et mettre en place des procédures de contrôle pour améliorer l'organisation et sécuriser le déploiement à l'international en intégrant les contraintes logistiques

Concevoir une chaîne logistique globale pour organiser les flux internationaux de marchandises en intégrant les achats, la transformation, et la vente de produits finis et les retours

Proposer et mettre en œuvre des transformations organisationnelles et logistiques pour fluidifier les opérations internationales en préservant les marges commerciales

Auditer les processus organisationnels, en évaluant la conformité des processus organisationnels aux exigences des normes qualité et en identifiant les risques liés aux éventuelles défaillances, pour améliorer la gestion administrative des ressources en redéfinissant l'organisation des processus et les KPI

Identifier et sélectionner des fournisseurs, sous-traitants ou partenaires, en définissant les critères de sélection dans le respect des normes qualité de l'entreprise, pour développer les activités internationales de l'entreprise en intégrant les règles propres aux achats dans chaque pays

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas

Company cases challenge

Rapport écrit individuel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous secteurs et activités à rayonnement international

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Communication and marketing director

Marketing et communication manager

Brand manager

Product manager

Marketing & event coordinator

Lead data analyst

Data performance analyst

Analyste marché

Entrepreneur et Dirigeant TPE ou PME

Business development manager

Chef de projet e-commerce

Chargé de mission e-commerce

Business development specialist

Business analyst

Business development assistant

Responsable export

Chef d'équipe commerciale

Manager commercial

Responsable logistique

International key account manager

Account executive

Account executive junior

Sales advisor

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)	40 544
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés 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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire d'un baccalauréat français ou son équivalent international

Parler aisément l'anglais et avoir un niveau de TOEFL au moins égal à 520 ou IELTS 5.5

La sélection s'effectuera sur dossier et passage devant un jury d'admission

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, VAE

Le jury est composé de 5 membres dont 4 professionnels externes à l'organisme

Base légale

Date de décision	29/09/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	29/09/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	45	0	67 %	—
2020	59	0	78 %	66 %
2019	33	0	76 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35069

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP41361

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.absparis.com/programs/bachelor-bba>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36904/>