

Manager commercial de la distribution automobile

RNCP37631 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	252w
Formacode(s)	34517
Code(s) ROME	M1707, H1102, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	31/05/2023
Date d'échéance	31/05/2028

Certificateur(s)

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE LE MANS SARTHE · SIRET : 18720092800013

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE LE MANS SARTHE	18720092800120	Former et organiser l'évaluation
GROUPE ESCRA	18720092800179	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'objectif de la certification est de former des managers en charge de la politique de distribution des produits et services de l'automobile, au sein des constructeurs, des distributeurs et des nouveaux entrants du secteur.

Face à l'évolution du contexte de la distribution automobile, les acteurs traditionnels (constructeurs, groupes de distribution), mais également les nouveaux entrants ont plus que jamais besoin de collaborateurs capables de piloter le déploiement de leur stratégie de commercialisation de vente de produits et services.

Dans un contexte d'évolution accélérée du secteur, ces cadres doivent avoir une vision suffisamment large ainsi qu'une excellente capacité de décision et d'adaptation, leur permettant d'appréhender les mutations en cours et de saisir les opportunités de développement qui en découlent.

C'est à ce besoin que répond la certification de Manager commercial de la distribution automobile, en mettant à la disposition des entreprises du secteur des professionnels ayant les compétences managériales leur permettant d'accompagner et de gérer des réseaux – physiques et virtuels – et étant à même de maintenir et développer leur compétitivité.

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager commercial de la distribution automobile déploie ses compétences dans les domaines d'activités suivants :

Elaboration et pilotage de la stratégie marketing et commerciale (achat/vente) de l'entreprise automobile

Animation/Management d'une entreprise ou d'un réseau de distribution automobile

Développement et accompagnement d'un réseau de distributeurs automobiles

Mise en œuvre et pilotage de la stratégie de gestion de l'expérience client pour une entreprise de distribution automobile

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Organiser un système de veille stratégique sur le secteur automobile afin d'identifier les évolutions du secteur automobile (typologie de clientèle, dans les modes de consommation...),
- Préconiser des orientations stratégiques et des axes de développement de la politique commerciale et marketing de la marque et/ou du groupe,
- Elaborer la stratégie marketing et commerciale omnicanale d'un réseau de distribution, dans le respect de la politique commerciale nationale et/ou régionale de la marque,
- Evaluer et choisir des actions déclinant la stratégie marketing et commerciale de l'entité de distribution automobile,
- Evaluer et choisir des réseaux fournisseurs VO qui permettront à l'entité de distribution automobile de proposer les produits adaptés à sa clientèle.
- Analyser les forces et faiblesses de l'entité de distribution automobile,
- Piloter, sur le plan financier, l'entité de distribution automobile,
- Elaborer et mettre en œuvre le plan d'accompagnement de l'équipe commerciale de l'entité de distribution automobile,
- Piloter et d'animer les équipes commerciales de l'entité de distribution automobile,
- Organiser le partage d'informations entre l'entité de distribution automobile et la marque.
- Développer et accompagner un réseau de distributeurs automobiles,
- Assurer le suivi et le renouvellement des contrats de distribution automobile des membres du réseau,
- Prospection et lancer les nouveaux distributeurs automobiles à intégrer dans le réseau,
- Accompagner la mise en œuvre des plans d'action pour les nouveaux distributeurs automobiles.
- Définir la stratégie de fidélisation des clients, dans le respect de la politique commerciale de la marque,
- Structurer les modalités de gestion et d'animation de la relation clients à travers les canaux physiques et digitaux,
- Organiser l'écoute et l'évaluation de la satisfaction clients,
- Concevoir et proposer des actions de fidélisation et de développement de nouveaux produits et services,
- Evaluer la qualité de la relation clients et d'élaborer un plan d'amélioration de service client.

Blocs de compétences

RNCP37631BC01 — Elaboration de la stratégie marketing et commerciale (achat/vente) de l'entreprise de distribution automobile

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir une méthodologie de recueil et de traitement des données concernant le marché automobile sur un périmètre géographique déterminé.

Déterminer les sources d'informations et de documentation internes et externes à consulter, en s'assurant de leur disponibilité et en vérifiant leur pertinence et leur crédibilité au regard de ses problématiques.

Analyser les données internes et externes recueillies, en mettant en œuvre les méthodes et outils appropriés, afin de repérer toute évolution de la typologie de clientèle automobile et de ses modes consommation.

Evaluer l'impact des évolutions stratégiques et socio-économiques repérées sur le marché automobile, afin d'identifier et de qualifier les gisements d'opportunité et les menaces portées par le marché de la marque ou du groupe.

Identifier les axes de développement et les orientations stratégiques à privilégier en matière de marketing et de commercialisation, en tenant compte de l'impact des évolutions socio-économiques, juridiques et comportementales repérées.

Définir la stratégie marketing et commerciale multicanale d'un réseau de distributeurs automobiles.

Structurer les objectifs visés par la stratégie marketing et commerciale multicanale d'un réseau de distributeurs automobiles.

Analyser les actions susceptibles de décliner la stratégie marketing et commerciale sur les canaux physiques et digitaux.

Elaborer le plan marketing concrétisant la stratégie définie, en choisissant et en planifiant les actions à conduire dans le respect du budget alloué.

Organiser la mise en œuvre du plan marketing sur le territoire d'un réseau de distributeurs automobiles.

Analyser les filières d'approvisionnement tant sur les canaux physiques que digitaux, en évaluant leur rapport fiabilité/bénéfice/coût, afin de valider leur pertinence et de sélectionner les plus opportunes.

Organiser la mise en œuvre de la filière achat pour un réseau de distributeurs automobiles, en mobilisant les acteurs à impliquer et en structurant les outils de suivi et d'évaluation afin d'optimiser sa rentabilité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'une étude de marché portant sur le secteur automobile et l'identification d'orientations stratégiques et d'axes de développement pour une marque ou un groupe de distribution automobile,

Formalisation d'une proposition de stratégie marketing et commerciale d'une entité de distribution automobile et sa traduction dans un plan de marketing mix.

RNCP37631BC02 — Animation / Management d'une entreprise ou d'un réseau de distribution automobile

LISTE DE COMPÉTENCES

Évaluer les forces et les faiblesses d'une entité de distribution automobile (réseau ou entreprise).

Définir le positionnement d'une entité de distribution automobile, en tenant compte des analyses effectuées sur le secteur, la concurrence et la marque.

Réaliser l'analyse financière de l'entité de distribution automobile, afin d'évaluer les coûts et de calculer les marges, les résultats d'exploitation, les ratios de santé financière et de fiscalité.

Analyser les documents comptables de l'entité de distribution automobile, en veillant à y intégrer les notions d'investissement, de plan de financement, de gestion de la trésorerie et de ratios de santé financière.

Concevoir la stratégie globale d'accompagnement des membres de l'équipe commerciale de l'entité de distribution automobile.

Elaborer le plan d'accompagnement des membres de l'équipe commerciale de l'entité de distribution automobile.

Accompagner les équipes des différents membres de son réseau de distributeurs automobiles sur le terrain, en mettant en œuvre des méthodes de management adaptées aux caractéristiques des profils de salariés encadrés.

Animer des réunions permettant de suivre l'état d'avancement des actions.

Produire le bilan de la performance de l'entité de distribution automobile, en restituant ses résultats sur les plans économiques, financiers et RSE.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Formalisation d'un plan de management d'une entité de distribution automobile fondée sur un audit organisationnel et financier,

RNCP37631BC03 — Développement et accompagnement d'un réseau de distributeurs automobiles

LISTE DE COMPÉTENCES

Effectuer le suivi des contrats des membres d'un réseau de distributeurs automobiles.

Évaluer les points de conformité ou d'écart de chaque membre du réseau de distributeurs automobiles au regard des normes imposées et des critères définis.

Organiser la recherche de nouveaux distributeurs à intégrer au réseau.

Conduire la négociation avec les nouveaux candidats à l'intégration du réseau de distributeurs automobiles.

Organiser, suivre et évaluer les actions commerciales, de marketing, de communication ou de fidélisation multicanales à conduire sur le terrain par les différentes équipes rattachées aux distributeurs automobiles.

Conseiller les responsables opérationnels de chaque membre du réseau de distributeurs automobiles, en préconisant les solutions et mesures d'amélioration à mettre en œuvre sur les plans organisationnel, fonctionnel et financier.

Négocier les nouveaux objectifs à atteindre et les moyens à mettre en œuvre au regard de ces objectifs avec les responsables opérationnels de chaque membre du réseau de distributeurs automobiles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Dans le cadre d'une étude de cas portant sur un petit groupe multimarques multisites racheté par un grand groupe déjà bien implanté, les candidats élaborent et formalisent une proposition de réorganisation du réseau.

2. Dans le cadre d'une étude de cas aboutissant à une mise en situation, les candidats élaborent et formalisent une proposition, base de négociation face au distributeur automobile.

RNCP37631BC04 — Mise en œuvre et pilotage de la stratégie de gestion de l'expérience client pour une entreprise de distribution automobile

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir la stratégie de fidélisation des clients des membres du réseau de distribution automobile dans le respect de la politique commerciale de la marque.

Structurer les modalités de mise en pratique de la relation client au sein des membres du réseau de distributeurs automobiles afin de construire une approche client cohérente et en phase avec l'identité de l'entreprise.

Organiser la mise en œuvre des modalités et programmes d'écoute des clients au sein du réseau de distributeurs

automobiles dans le respect des obligations imposées par le RGPD.

Déterminer les critères et indicateurs de mesure de satisfaction et d'engagement client, en tenant compte des spécificités de son offre de service, afin de construire des enquêtes et outils de restitution de satisfaction client.

Déterminer, en concertation avec les directions des membres du réseau de distributeurs automobiles, les différents produits et services complémentaires à développer.

Analyser les données qualitatives et quantitatives issues du système d'écoute de la voix client.

Construire un plan d'amélioration de service, en priorisant les actions à mener et en définissant leurs conditions de réalisation, afin d'optimiser la satisfaction de ses clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Proposition de stratégie de fidélisation clients.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Au sein du secteur automobile, les possibilités de placement du certifié sont multiples :

A - Constructeurs automobiles français ou filiales françaises de constructeurs étrangers (appelées parfois importateurs) : il s'agit d'entreprises commerciales de distribution et non de sites de production industrielle. Bien qu'appartenant aux constructeurs, ces structures ont plutôt une organisation du type « PME », leur taille variant de 50 à 500 personnes.

B - Groupes de distribution automobile : également entreprises commerciales de distribution, en contrat avec les constructeurs, ces groupes, connus ou inconnus du grand public, sont une véritable « force de frappe », leur taille variant de quelques points de vente à plusieurs centaines avec des effectifs pouvant grimper à plusieurs milliers.

C - Sociétés de produits et services : depuis longtemps les loueurs longue durée sont des acteurs incontournables de la distribution automobile (au départ pour une cible entreprises mais également maintenant pour la cible des particuliers). Aujourd'hui, dans une configuration startuper, apparaissent de nouveaux acteurs, prestataires innovants venant du digital et souvent portés par les constructeurs. Avec la consécration du marché des véhicules d'occasion (VO) liée aux difficultés d'approvisionnement de véhicules neufs, ces sociétés proposent aux distributeurs traditionnels, via l'omnicanal ou des parcours 100% en ligne, des prestations de promotion et de commercialisation visant l'optimisation de leur business.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chez les constructeurs, les certifiés vont occuper des postes à dimension stratégique et opérationnelle dans la relation du constructeur avec son réseau :

- Chef de Région (field),
- Chef de Produit (siège),
- Chef de Gamme (siège).

Dans les groupes de distribution, les postes visés sont de 3 ordres :

- Responsable marketing /responsable commercial
- Fonctions de management du point de vente
- Fonctions d'acheteur / négociateur

Chez les prestataires, les postes visés sont du type :

- Responsable Commercial B to B
- District Manager

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Pas de réglementation particulière pour les activités visées par la certification

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 continue, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Hors VAE, l'accès au dispositif de certification est possible pour les candidats :

- détenteur de toute certification de Niveau 6 avec ou sans expérience professionnelle,
- détenteur de la certification de Niveau 5 « Gestionnaire d'Unité Commerciale SpécialiséeAutomobile » (ESCRA) avec expérience professionnelle de 2 ans minimum en fonction commerciale dans un établissement de distribution automobile.

La sélection des candidats repose sur :

- la réussite à des tests de culture générale et automobile, ainsi que de raisonnement logique et mathématique,
- le passage de 2 entretiens de motivation, l'un en français, l'autre en anglais

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Hors VAE, l'accès à la validation de la certification est soumise pour les candidats :

- à un taux d'absentéisme inférieur à 10 % (justifié ou non) pendant la période en centre de formation. Des dérogations peuvent être accordées par la direction de l'ISCAM après examen circonstancié des arguments avancés par le candidat (problème médical ou cas de force majeure)
- à la réalisation d'un stage en entreprise d'une durée minimum de 22 semaines, l'entreprise d'accueil ainsi que les missions confiées devant être préalablement validées par l'ISCAM

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

Le jury de certification est composé de 4 membres :

- 3 professionnels qualifiés du secteur de l'automobile
- 1 représentant de l'ISCAM

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	10 000 €
Selon la branche	7 000 € – 11 695 €
Prise en charge	Branches concernées

10 000 €	Valeur par défaut · 210 branches
11 695 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEFP des commerces de gros
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	31/05/2023
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	31/05/2028
Date de dernière délivrance possible	31/05/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	19	1	84 %	84 %
2020	15	0	100 %	80 %
2019	19	0	95 %	78 %
2018	15	0	87 %	93 %
2017	18	1	94 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP35548

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<http://www.escra.fr/formation-iscam>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37631/>

Où se former

Formations référencées	5
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	4 500 € – 8 000 €
Durée	1610 – 1631 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	9
----------------------	---

Parcours menés à terme	8
Taux d'achèvement	89 %
Période	01/2024 – 01/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	9
Montant total engagé	64 700 €
Coût moyen par dossier	7 189 €
Durée moyenne	1612 h
Période	12/2023 – 12/2025
Reste à charge titulaire	67 %
France compétences	24 %
France Travail	9 %

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