

Responsable d'un centre de profit

RNCP38439 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32024, 32154
Code(s) ROME	M1302, M1205, M1402, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	21/12/2023
Date d'échéance	21/12/2028

Certificateur(s)

AUDENCIA · SIRET : 83474886500013

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AUDENCIA	83474886500013	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500021	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500039	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500062	Former et organiser l'évaluation
AUDENCIA	83474886500070	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le responsable du centre de profit exerce une fonction de responsabilité en management opérationnel qui se caractérise soit par une dimension généraliste et d'interface reposant sur une expertise technique dans laquelle il a acquis une expérience significative, soit par une dimension de pilotage et de management global sans expertise initiale.

Il doit définir ou décliner les orientations stratégiques globale et responsable (RSE), en organisant les moyens et les ressources nécessaires au développement de l'activité. Il pilote les budgets alloués, analyse les données liées à son périmètre et communique le suivi auprès de sa hiérarchie et de son équipe.

Sa compréhension du contexte et de l'environnement, associée à une posture managériale adaptée à son équipe et aux situations, lui permet de proposer des axes d'amélioration ou d'évolution, d'accompagner le changement et d'être le garant des résultats de l'activité.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation du diagnostic de l'environnement interne et externe du centre de profit

Définition de la stratégie du centre de profit et construction d'un plan d'actions en accord avec la stratégie entreprise

Construction d'un business plan

Mise en œuvre et suivi du plan d'actions

Réalisation d'un diagnostic marketing et commercial

Conception des stratégies marketing et commerciale
 Déclinaison des stratégies en plan d'actions
 Suivi et pilotage des activités marketing et commerciale
 Réalisation du diagnostic de la situation financière et économique du centre de profit et de l'entreprise dans sa globalité
 Identification des indicateurs pour son centre de profit
 Construction des systèmes de pilotage de la performance et notamment des tableaux de bord financiers
 Management des équipes
 Gestion des ressources humaines
 Optimisation de son impact et capital personnel
 Planification d'un projet de transformation
 Gestion du projet
 Accompagnement du changement
 Réalisation d'un diagnostic digital de l'environnement interne et externe
 Elaboration et mise en œuvre d'un plan de transformation digital

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Cartographier son environnement interne et externe afin d'élaborer un diagnostic , en collectant des informations sur l'environnement concurrentiel, les tendances du marché, les évolutions (technologiques, sociales, environnementales...), la situation de l'activité sur le marché, les ressources internes
 Mobiliser les outils d'analyse stratégique adaptés afin d'identifier les forces et faiblesses, les opportunités et risques pour le développement de l'activité
 Formuler une problématique visant à développer le centre de profit, en prenant en compte le diagnostic, les forces et faiblesses, les opportunités et risques, la stratégie globale de l'entreprise et la variabilité de l'environnement
 Définir une stratégie locale pour répondre à la problématique identifiée en mobilisant les outils adaptés
 Prendre des décisions en intégrant les orientations stratégiques et les enjeux de la coordination entre les différentes politiques (financières, marketing, production...) pour construire des actions performantes
 Rédiger un business plan pour mettre en œuvre la stratégie de développement et le plan d'actions associé, en intégrant les éléments clés et en tenant compte des parties prenantes et des conditions favorables à sa réussite.
 Construire les outils d'évaluation du business plan en tenant compte de la nature du centre de profit et de ses spécificités, des objectifs à atteindre, de la variabilité de l'environnement, pour suivre les résultats et apporter des actions correctives au plan d'actions
 Récolter les données de l'environnement interne et externe du centre de profit, afin de réaliser un diagnostic marketing et commercial, à l'aide d'outils et méthodologies spécifiques tout en intégrant les pratiques RSE en ligne avec la stratégie de l'entreprise
 Concevoir des stratégies marketing et commercial corrélées et responsables (RSE) sur la base des diagnostics, pour répondre à la stratégie globale et responsable de l'entreprise
 Elaborer des plans d'action marketing et commercial cohérents et réalistes, pour déployer les stratégies, en utilisant les outils et méthodes (objectifs, planning, actions, acteurs, résultats attendus, critères clé de performances...) permettant une communication claire et un suivi objectif
 Organiser et mettre en œuvre la remontée d'informations internes et externes, afin de mesurer les résultats par rapport aux objectifs et pouvoir mettre en œuvre des actions correctives, grâce à l'utilisation d'indicateurs clés de performance et de tableaux de suivi d'activités
 Interpréter les états financiers, pour établir un diagnostic financier, en calculant et analysant les données (autofinancement, capitaux propres, endettement, roce, cash-flow, ...)
 Analyser les évolutions de la situation financière de l'entreprise et de son centre de profit, en identifiant les paramètres les plus pertinents, pour comprendre les enjeux de la performance financière et de son évolution dans le temps
 Evaluer la situation de son centre de profit pour identifier les indicateurs les plus appropriés à la situation en analysant différentes dimensions : stratégique, organisationnelle, financière, ressources humaines
 Elaborer un outil de pilotage de la performance et les indicateurs associés pour piloter la performance financière de son centre de profit, et prendre les mesures nécessaires, en s'appuyant sur des outils de gestion (ex : carte stratégique, «balanced scorecard»...)
 Identifier les moyens de favoriser l'intelligence collective pour l'utiliser comme levier de création de valeur, en situant le rôle du collectif dans le centre de profit : vision, stratégie, ressources...

Identifier les différents profils individuels (personnalités, diversité, situations de handicap...) et collectifs, afin d'adapter son style de management aux collaborateurs et aux situations, dans le respect des bonnes pratiques de responsabilité sociale

Créer des interactions positives et efficaces avec les collaborateurs pour créer un environnement motivationnel, grâce à la mise en œuvre de techniques managériales permettant de faire preuve d'assertivité, écoute active, langage verbal et non verbal

Adapter son style management, pour interagir avec les équipes efficacement et fédérer, grâce aux principes de développement personnel

Accompagner le développement des équipes pour répondre aux enjeux du centre de profit, par la réalisation d'une GPEC et la proposition des actions associées

Appliquer les techniques managériales adaptées pour construire une équipe performante, dans le respect des compétences, attentes et spécificités individuelles des membres de l'équipe (diversité culturelle, situation de handicap...), par la prévention des conflits et la communication non violente

Suivre l'activité de l'équipe et communiquer sur les résultats, afin de concilier atteinte des objectifs, implication et motivation des collaborateurs, par la mise en place de reporting individuels et collectifs, et la capitalisation des enseignements des expériences

Identifier les acteurs clés, pour fédérer autour du changement, en déterminant les acteurs légitimes par leur expertise, communication...

Elaborer un plan projet, pour encadrer et suivre le projet, en travaillant avec les parties prenantes sur la définition des éléments suivants : outil de pilotage (PMI, Agile, Lean...), objectif, actions, étapes clés, budget, calendrier, livrables et indicateurs

Construire un message constructif et positif pour associer les équipes au changement, en apportant des éléments concrets et convaincants (enjeux, acteurs et étapes clés, situation attendue) et en utilisant des techniques de communication fédératrices

Piloter le projet, pour assurer la réalisation des objectifs, grâce à l'identification d'outils de suivi adaptés, au suivi des KPI et à l'implication des parties prenantes dans les retours d'expérience et les décisions

Mener des négociations pour accompagner les dynamiques de changements internes comme externes, par la définition des enjeux de la négociation, l'utilisation des techniques de négociation et l'adaptation du comportement aux interlocuteurs

Analyser l'environnement externe de l'organisation en mobilisant les outils de la veille technologique, afin de dresser un diagnostic des technologies actuelles et émergentes, d'identifier les enjeux soulevés en termes d'impact pour l'organisation et d'opportunité de transformation

Etablir un diagnostic des capacités internes de l'organisation (technologiques, humaine, ...) en utilisant différents outils d'analyse (Pestel, Porter, ...), afin d'identifier son potentiel à relever les enjeux technologiques et à lancer un processus de transformation

Définir les objectifs finaux du plan de transformation digitale (impact RH, technologique, impact sur les processus, les métiers, etc.) à partir du diagnostic technologique afin de proposer une trajectoire à suivre pour l'évolution digitale du centre profit

Définir les éléments clés de la transformation digitale (délais à court et moyen terme, ressources financières, organisationnelles, compétences clé, indicateurs clé de succès...) en se basant sur des objectifs clairs et atteignables (type S.M.A.R.T) afin d'élaborer un plan de transformation digitale permettant d'atteindre les objectifs finaux définis

Blocs de compétences

RNCP38439BC01 — Construire la stratégie d'un centre de profit en accord avec la stratégie entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Cartographier son environnement interne et externe afin d'élaborer un diagnostic, en collectant des informations sur l'environnement concurrentiel, les tendances du marché, les évolutions (technologiques, sociales, environnementales...), la situation de l'activité sur le marché, les ressources internes

Mobiliser les outils d'analyse stratégique adaptés afin d'identifier les forces et faiblesses, les opportunités et risques pour le développement de l'activité

Formuler une problématique visant à développer le centre de profit, en prenant en compte le diagnostic, les forces et faiblesses, les opportunités et risques, la stratégie globale de l'entreprise et la variabilité de l'environnement

Définir une stratégie locale pour répondre à la problématique identifiée en mobilisant les outils adaptés

Prendre des décisions en intégrant les orientations stratégiques et les enjeux de la coordination entre les différentes politiques (financières, marketing, production...) pour construire des actions performantes

Rédiger un business plan pour mettre en œuvre la stratégie de développement et le plan d'actions associé, en intégrant les éléments clés et en tenant compte des parties prenantes et des conditions favorables à sa réussite

Construire les outils d'évaluation du business plan en tenant compte de la nature du centre de profit et de ses spécificités, des objectifs à atteindre, de la variabilité de l'environnement, pour suivre les résultats et apporter des actions correctives au plan d'actions

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38439BC02 — Elaborer une stratégie marketing et commerciale, mettre en place des plans d'actions

LISTE DE COMPÉTENCES

Récolter les données de l'environnement interne et externe du centre de profit, afin de réaliser un diagnostic marketing et commercial, à l'aide d'outils et méthodologies spécifiques tout en intégrant les pratiques RSE en ligne avec la stratégie de l'entreprise

Concevoir des stratégies marketing et commercial corrélées et responsables (RSE) sur la base des diagnostics, pour répondre à la stratégie globale et responsable de l'entreprise

Elaborer des plans d'action marketing et commercial cohérents et réalistes, pour déployer les stratégies, en utilisant les outils et méthodes (objectifs, planning, actions, acteurs, résultats attendus, critères clé de performances...) permettant une communication claire et un suivi objectif

Organiser et mettre en œuvre la remontée d'informations internes et externes, afin de mesurer les résultats par rapport aux objectifs et pouvoir mettre en œuvre des actions correctives, grâce à l'utilisation d'indicateurs clés de performance et de tableaux de suivi d'activités

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38439BC03 — Piloter la performance financière d'un centre de profit

LISTE DE COMPÉTENCES

Interpréter les états financiers, pour établir un diagnostic financier, en calculant et analysant les données (autofinancement, capitaux propres, endettement, roce, cash-flow, ...).

Analyser les évolutions de la situation financière de l'entreprise et de son centre de profit, en identifiant les paramètres les plus pertinents, pour comprendre les enjeux de la performance financière et de son évolution dans le temps

Evaluer la situation de son centre de profit pour identifier les indicateurs les plus appropriés à la situation en analysant différentes dimensions : stratégique, organisationnelle, financière, ressources humaines

Elaborer un outil de pilotage de la performance et les indicateurs associés pour piloter la performance financière de son centre de profit, et prendre les mesures nécessaires, en s'appuyant sur des outils de gestion (ex : carte stratégique, «balanced scorecard»...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38439BC04 — Développer ses aptitudes managériales et optimiser son impact

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les moyens de favoriser l'intelligence collective pour l'utiliser comme levier de création de valeur, en situant le rôle du collectif dans le centre de profit : vision, stratégie, ressources...

Identifier les différents profils individuels (personnalités, diversité, situations de handicap...) et collectifs, afin d'adapter son style de management aux collaborateurs et aux situations, dans le respect des bonnes pratiques de responsabilité sociale

Créer des interactions positives et efficaces avec les collaborateurs pour créer un environnement motivationnel, grâce à la mise en œuvre de techniques managériales permettant de faire preuve d'assertivité, écoute active, langage verbal et non verbal

Adapter son style management, pour interagir avec les équipes efficacement et fédérer, grâce aux principes de développement personnel

Accompagner le développement des équipes pour répondre aux enjeux du centre de profit, par la réalisation d'une

GPEC et la proposition des actions associées

Appliquer les techniques managériales adaptées pour construire une équipe performante, dans le respect des compétences, attentes et spécificités individuelles des membres de l'équipe (diversité culturelle, situation de handicap...), par la prévention des conflits et la communication non violente

Suivre l'activité de l'équipe et communiquer sur les résultats, afin de concilier atteinte des objectifs, implication et motivation des collaborateurs, par la mise en place de reporting individuels et collectifs, et la capitalisation des enseignements des expériences

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38439BC05 — Conduire le changement et les transformations digitales

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les acteurs clés, pour fédérer autour du changement, en déterminant les acteurs légitimes par leur expertise, communication...

Elaborer un plan projet, pour encadrer et suivre le projet, en travaillant avec les parties prenantes sur la définition des éléments suivants : outil de pilotage (PMI, Agile, Lean...), objectif, actions, étapes clés, budget, calendrier, livrables et indicateurs

Construire un message constructif et positif pour associer les équipes au changement, en apportant des éléments concrets et convaincants (enjeux, acteurs et étapes clés, situation attendue) et en utilisant des techniques de communication fédératrices

Piloter le projet, pour assurer la réalisation des objectifs, grâce à l'identification d'outils de suivi adaptés, au suivi des KPI et à l'implication des parties prenantes dans les retours d'expérience et les décisions

Mener des négociations pour accompagner les dynamiques de changements internes comme externes, par la définition des enjeux de la négociation, l'utilisation des techniques de négociation et l'adaptation du comportement aux interlocuteurs

Analyser l'environnement externe de l'organisation en mobilisant les outils de la veille technologique, afin de dresser un diagnostic des technologies actuelles et émergentes, d'identifier les enjeux soulevés en termes d'impact pour l'organisation et d'opportunité de transformation

Etablir un diagnostic des capacités internes de l'organisation (technologiques, humaine, ...) en utilisant différents outils d'analyse (Pestel, Porter, ...), afin d'identifier son potentiel à relever les enjeux technologiques et à lancer un processus de transformation

Définir les objectifs finaux du plan de transformation digitale (impact RH, technologique, impact sur les processus, les métiers, etc.) à partir du diagnostic technologique afin de proposer une trajectoire à suivre pour l'évolution digitale du centre profit

Définir les éléments clés de la transformation digitale (délais à court et moyen terme, ressources financières, organisationnelles, compétences clé, indicateurs clé de succès...) en se basant sur des objectifs clairs et atteignables (type S.M.A.R.T) afin d'élaborer un plan de transformation digitale permettant d'atteindre les objectifs finaux définis

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique - Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activité sont concernés par la gestion d'un centre de profit. Elle peut concerner l'industrie, le BTP, le commerce/distribution, la logistique, les services aux entreprises (audit, conseil,...), le secteur banque/assurances, l'activité informatique.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de pôle

Chef d'agence commerciale

Responsable d'un centre de profit, d'une filiale ou d'une franchise,

Responsable de business unit

Responsable de clientèle ou de la relation client

Responsable achats

Responsable transport

Responsable logistique
Responsable recherche et développement
Responsable de production
Responsable des opérations
Responsable des systèmes d'information
Responsable d'exploitation
Responsable études
Responsable de projets organisationnels
Responsable marketing / commercial
Responsable export
Ingénieurs d'affaires
Directeur d'entité/unité/service/pôle/département
Directeur régional

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
néant

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 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 740 €
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs · tension 1/5 (Très faible) L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables · tension 5/5 (Très élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · 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)	51 560
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs L4X80 — Techniciens des services administratifs L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés 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

Être titulaire d'une certification de niveau 4 et d'une expérience professionnelle en rapport avec l'intitulé de la certification de minimum 3 ans, ou être titulaire d'un diplôme de niveau 5.

Des candidatures de niveau de formation inférieur, présentant une expérience professionnelle significative dans la discipline, peuvent être admises après analyse d'une Validation des Acquis Personnels & Professionnels (VAPP)

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

Le jury est composé de 3 membres dont 2 professionnels externes, représentant la profession

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	7 712 €
Selon la branche	7 500 € – 8 084 €
Prise en charge	Branches concernées
7 712 €	Valeur par défaut · 207 branches
8 084 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 820 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

Date de décision	21/12/2023
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	21/12/2028
Date de dernière délivrance possible	21/12/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	37	0	96 %	—
2021	25	0	96 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35162

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34333, RNCP35162, RNCP36282, RNCP37655

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Fiche officielle (France Compétences)

https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38439/

Où se former

Formations référencées	28
Organismes	1
Régions couvertes	2
Prix indicatif	1 500 € – 13 900 €
Durée	21 – 231 h

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

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	211
Parcours menés à terme	143
Taux d'achèvement	68 %
Période	02/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	228
Montant total engagé	857 492 €
Coût moyen par dossier	3 761 €
Durée moyenne	68 h
Période	01/2024 – 08/2026
France compétences	75 %
Entreprise	13 %
Reste à charge titulaire	7 %
Régions	4 %
France Travail	0 %
OPCO	0 %

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