

Diplôme supérieur en commerce et marketing opérationnel

RNCP41042 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34053, 34254, 34582
Code(s) ROME	D1402, D1407, M1704, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2026

Certificateur(s)

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

EKLYA · SIRET : 90025885600013

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
FORMA SUP ARL	43903961100025	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire de la certification est un est un spécialiste polyvalent du commerce et du marketing doté d'une dimension opérationnelle forte et d'une culture internationale. Il sait répondre aux exigences d'ouverture et de réussite dans les missions commerciales. Cette certification vise des professionnels capables d'élaborer des plans d'actions opérationnels. Le titulaire pilote et manage son activité parfois en hiérarchie mais principalement en transverse afin d'assurer un développement de l'entreprise.

Le titulaire de la certification est amené à développer continuellement ses compétences, en particulier dans les domaines du commerce, marketing (notamment dans le digital) et d'une spécialisation sectorielle, en fonction des opportunités qui se présentent.

Dans un environnement socio-économique marqué par des changements brutaux et imprévus, EKLYA, école de la Chambre de Commerce et de l'Industrie de Lyon Métropole – Saint-Etienne - Roanne développe et adapte ses certifications avec les attentes des entreprises.

ACTIVITÉS VISÉES

Les domaines d'activités du titulaire de la certification sont :

- L'élaboration d'un plan d'action opérationnel et stratégique
 - o Réalisation d'actions marketing
 - o Gestion de l'analyse financière
- Le développement de l'activité commerciale
 - o Mise en place d'une démarche de prospection commerciale
 - o Animation de la relation commerciale

- o Elaboration d'un projet commercial
 - Le management de son activité commerciale
- o Gestion du traitement et de la communication des informations
- o Application du cadre juridique
- o Développement d'un leadership éthique et responsable
 - La participation au développement international de l'entreprise
- o Interactions dans une équipe multiculturelle
- o Collaboration à l'élaboration de la politique de développement à l'international

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réalisation d'actions marketing

- Analyser son secteur d'activité et son environnement en mettant en place des actions de veilles et des études de marchés pour comprendre ses évolutions, ses tendances, ses menaces et ses opportunités
- Etablir des plans marketing efficaces et stratégiques en appliquant les concepts clés du marketing et en examinant les aspects éthiques et socialement responsables afin d'atteindre les objectifs à long terme de l'entreprise
- Identifier les spécificités des activités de services en positionnant et élaborant des objectifs marketing transactionnel pour élaborer une offre de service différenciante
- Identifier les acteurs et les enjeux du marketing digital en réalisant une veille des tendances du marché digital pour comprendre l'écosystème du e-commerce
- Développer une stratégie digitale en intégrant les outils numériques pertinents et en élaborant un plan d'actions répondant aux réglementations numériques afin de produire une nouvelle source de croissance pour l'entreprise

Gestion de l'analyse financière

- Interpréter un compte d'exploitation et un bilan en utilisant les principaux outils et ratios afin d'étudier la rentabilité et la pérennité des activités
- Comprendre la formation d'un prix en analysant les différents coûts pour savoir calculer un seuil de rentabilité et un coût de revient
- Construire un tableau de bord en utilisant les indicateurs commerciaux pertinents pour assurer le suivi de l'activité, de la productivité et de la performance commerciale
- Analyser les écarts entre les résultats réels et les objectifs en collectant et en synthétisant les données afin de mettre en place des actions correctives permettant d'atteindre les objectifs fixés

Mise en place d'une démarche de prospection commerciale

- Développer une stratégie de prospection omnicanale en analysant l'ensemble de son marché concurrentiel pour développer son portefeuille de clients
- Appréhender les outils et techniques en segmentant le portefeuille clients pour en optimiser la gestion permettant d'adapter sa stratégie de prospection et de fidélisation
- Elaborer une proposition commerciale cohérente, adaptée et responsable en qualifiant les besoins et attentes du client pour assurer le développement de l'entreprise et mettre en valeur les produits et/ou services

Animation de la relation commerciale

- Gérer les comptes stratégiques d'une entreprise en réalisant un audit et en développant un plan de compte stratégique pour améliorer à long terme la croissance et la rentabilité de l'entreprise
- Communiquer avec les outils et les supports adaptés en cohérence avec le plan stratégique de communication
- Conduire une négociation commerciale en s'appuyant sur les stratégies et les tactiques de vente, négocier avec des parties multiples et traiter des situations complexes pour sécuriser des accords commerciaux qui maximisent la rentabilité de l'entreprise tout en satisfaisant les besoins du client.

Elaboration d'un projet commercial

- Piloter un projet en s'appuyant sur une méthodologie efficace et en intégrant les différents acteurs du territoire local afin de manager une équipe en mode projet responsable et humanitaire
- Comprendre le rôle joué par l'intelligence économique dans ses trois dimensions intrinsèquement liées (veille, protection et influence) de manière concrète et pragmatique en concevant une démarche aboutissant à implanter un dispositif d'intelligence économique en entreprise afin de renforcer la capacité de l'entreprise à prendre des décisions stratégiques
- Appréhender les différents principes et enjeux de l'entrepreneuriat en pilotant les règles de financement, d'investissement, d'innovations, et légales, tout en respectant une politique environnementale et sociétale
- Améliorer la compréhension des concepts commerciaux et des processus de prise de décision d'une entreprise en prenant des décisions, en analysant les résultats, en décidant et en agissant en fonction des résultats obtenus pour

améliorer sa réflexion critique

- Valoriser ses compétences en appliquant les connaissances reçues pour améliorer son savoir-faire et son savoir-être professionnel et participer au développement de l'entreprise
- Examiner ses actions dans un contexte professionnel, se juger soi-même afin de développer ses compétences professionnelles pour communiquer de façon constructive en situation difficile

Gestion du traitement et de la communication des informations

- Exploiter les ressources numériques en sélectionnant et en utilisant les outils adaptés afin d'obtenir, créer et partager des informations, tout en favorisant la collaboration interne et externe
- Sélectionner les informations et les données dans son domaine de spécialité afin de formuler et utiliser les arguments pour communiquer en interne et en externe

Application du cadre juridique

- Respecter le cadre juridique du droit des affaires et des sociétés pour appliquer la réglementation liée aux pratiques commerciales
- Identifier les pratiques à mettre en place dans l'entreprise pour respecter les principes de développement durable en prenant en compte l'impact sur la société et l'environnement

Développement d'un leadership éthique et responsable

- Mettre en place les outils d'organisation et de productivité en appliquant les principes d'auto-management afin de savoir gérer son temps et ses émotions
- Identifier les composants et les paramètres de la communication interpersonnelle en décryptant les relations professionnelles et leurs impacts pour communiquer de façon constructive en situation difficile
- Constituer une équipe autour d'un projet en déterminant et en mobilisant les différentes parties prenantes internes et externes pour atteindre les objectifs prévus
- Animer l'équipe impliquée dans le projet en organisant des réunions permettant de suivre les différentes étapes de l'avancement du projet et la mise en place d'éventuelles actions correctives
- Répondre aux problématiques managériales de l'entreprise en appliquant les principes de la gestion des ressources humaines et des organisations dans le respect du droit de travail
- Adopter un management inclusif en étant capable d'analyser les points forts et les points à améliorer des membres de l'équipe pour garantir une bonne cohésion d'équipe

Interactions dans une équipe multiculturelle

- Communiquer avec aisance en langue étrangère en s'exerçant et en participant à des activités internationales afin de mener des négociations dans un environnement professionnel multiculturel
- Identifier les enjeux des différences interculturelles en analysant les différents contextes politique, économique et sociétal étrangers afin de développer l'activité à l'international

Collaboration à l'élaboration de la politique de développement à l'international

- Analyser les pratiques et défis liés à la gestion des entreprises dans un contexte international en explorant les stratégies de gestion internationale pour gérer des équipes multiculturelles
- Contribuer à la mise en place d'une stratégie de développement international en analysant les marchés étrangers et en prenant en compte les enjeux d'interculturalité et de réglementations financières internationales pour disposer de nouveaux axes de croissance

Blocs de compétences

RNCP41042BC01 — Élaborer un plan d'actions opérationnel et stratégique

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser son secteur d'activité et son environnement en mettant en place des actions de veilles et des études de marchés pour comprendre ses évolutions, ses tendances, ses menaces et ses opportunités
- Etablir des plans marketing efficaces et stratégiques en appliquant les concepts clés du marketing et en examinant les aspects éthiques et socialement responsables afin d'atteindre les objectifs à long terme de l'entreprise
- Identifier les spécificités des activités de services en positionnant et élaborant des objectifs marketing transactionnel pour élaborer une offre de service différenciante
- Identifier les acteurs et les enjeux du marketing digital en réalisant une veille des tendances du marché digital pour comprendre l'écosystème du e-commerce
- Développer une stratégie digitale en intégrant les outils numériques pertinents et en élaborant un plan d'actions répondant aux réglementations numériques afin de produire une nouvelle source de croissance pour l'entreprise

- Interpréter un compte d'exploitation et un bilan en utilisant les principaux outils et ratios afin d'étudier la rentabilité et la pérennité des activités
- Comprendre la formation d'un prix en analysant les différents coûts pour savoir calculer un seuil de rentabilité et un coût de revient
- Construire un tableau de bord en utilisant les indicateurs commerciaux pertinents pour assurer le suivi de l'activité, de la productivité et de la performance commerciale
- Analyser les écarts entre les résultats réels et les objectifs en collectant et en synthétisant les données afin de mettre en place des actions correctives permettant d'atteindre les objectifs fixés

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Etude de cas

Analyse marketing

Travail individuel écrit

Présentation orale en analysant une entreprise réelle

- Dossier et Epreuve orale

Développer et promouvoir une activité en ligne

En groupe de 4/5 apprenants

Développer et promouvoir une activité en ligne

L'épreuve orale s'effectue devant un jury de professionnels

- Etude de cas

Analyse financière

Travail individuel

A partir de l'analyse des différents tableaux financiers, le candidat doit établir un budget prévisionnel grâce aux différents indicateurs

RNCP41042BC02 — Développer l'activité commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer une stratégie de prospection omnicanale en analysant l'ensemble de son marché concurrentiel pour développer son portefeuille de clients
- Appréhender les outils et techniques en segmentant le portefeuille clients pour en optimiser la gestion permettant d'adapter sa stratégie de prospection et de fidélisation
- Elaborer une proposition commerciale cohérente, adaptée et responsable en qualifiant les besoins et attentes du client pour assurer le développement de l'entreprise et mettre en valeur les produits et/ou services
- Gérer les comptes stratégiques d'une entreprise en réalisant un audit et en développant un plan de compte stratégique pour améliorer à long terme la croissance et la rentabilité de l'entreprise
- Communiquer avec les outils et les supports adaptés en cohérence avec le plan stratégique de communication
- Conduire une négociation commerciale en s'appuyant sur les stratégies et les tactiques de vente, négocier avec des parties multiples et traiter des situations complexes pour sécuriser des accords commerciaux qui maximisent la rentabilité de l'entreprise tout en satisfaisant les besoins du client.
- Piloter un projet en s'appuyant sur une méthodologie efficace et en intégrant les différents acteurs du territoire local afin de manager une équipe en mode projet responsable et humanitaire
- Comprendre le rôle joué par l'intelligence économique dans ses trois dimensions intrinsèquement liées (veille, protection et influence) de manière concrète et pragmatique en concevant une démarche aboutissant à implanter un dispositif d'intelligence économique en entreprise afin de renforcer la capacité de l'entreprise à prendre des décisions stratégiques
- Appréhender les différents principes et enjeux de l'entrepreneuriat en pilotant les règles de financement, d'investissement, d'innovations, et légales, tout en respectant une politique environnementale et sociétale
- Améliorer la compréhension des concepts commerciaux et des processus de prise de décision d'une entreprise en prenant des décisions, en analysant les résultats, en décidant et en agissant en fonction des résultats obtenus pour améliorer sa réflexion critique
- Améliorer la compréhension des concepts commerciaux et des processus de prise de décision d'une entreprise en prenant des décisions, en analysant les résultats, en décidant et en agissant en fonction des résultats obtenus pour améliorer sa réflexion critique
- Valoriser ses compétences en appliquant les connaissances reçues pour améliorer son savoir-faire et son savoir-être professionnel et participer au développement de l'entreprise
- Examiner ses actions dans un contexte professionnel, se juger soi-même afin de développer ses compétences

professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Épreuve orale et dossier écrit

Plan de prospection

Individuel

Chaque apprenant prépare un plan de prospection écrit et présentera à l'oral son offre commerciale devant un jury d'au moins un professionnel

- Épreuve écrite

Individuel

Visant à établir un diagnostic de son portefeuille pour déterminer les actions et la stratégie à développer

- Cas pratique

Plan de communication

Travail collectif

Production orale sur la création d'un plan de communication

L'épreuve orale s'effectue devant un jury et devant l'ensemble du groupe

- Épreuve orale

Entretien de vente

Individuel

Chaque apprenant devra mener un entretien de vente et négociation à partir d'un cas d'entreprise donné (vente de biens ou de services)

Devant un jury de professionnels

- Mise en situation professionnelle

Dossier écrit et production orale

Projet solidaire

En groupe de 4/5 apprenants, les apprenants doivent mettre en place des actions pour une association locale et/ou humanitaire

- Dossier

Individuel

Chaque apprenant prépare une cartographie opérationnelle individuelle sur une entreprise réelle donnée

- Dossier écrit et Épreuve orale

Simuler la création ou la reprise d'une entreprise

En groupe

Promouvoir son projet (dans un temps limité) devant un jury de professionnels jouant le rôle d'investisseurs

- Mises en situations professionnelles

Parcours professionnel

Chaque apprenant effectue une insertion en entreprise

A la suite de cette expérience, l'apprenant devra :

Rendre un rapport avec une problématique liée à l'entreprise

Faire un compte rendu oral de son analyse

RNCP41042BC03 — Manager son activité commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Exploiter les ressources numériques en sélectionnant et en utilisant les outils adaptés afin d'obtenir, créer et partager des informations, tout en favorisant la collaboration interne et externe
- Sélectionner les informations et les données dans son domaine de spécialité afin de formuler et utiliser les arguments pour communiquer en interne et en externe
- Respecter le cadre juridique du droit des affaires et des sociétés pour appliquer la réglementation liée aux pratiques commerciales
- Identifier les pratiques à mettre en place dans l'entreprise pour respecter les principes de développement durable en prenant en compte l'impact sur la société et l'environnement
- Mettre en place les outils d'organisation et de productivité en appliquant les principes d'auto-management afin de savoir gérer son temps et ses émotions
- Identifier les composants et les paramètres de la communication interpersonnelle en décryptant les relations professionnelles et leurs impacts pour communiquer de façon constructive en situation difficile
- Constituer une équipe autour d'un projet en déterminant et en mobilisant les différentes parties prenantes internes

et externes pour atteindre les objectifs prévus

- Animer l'équipe impliquée dans le projet en organisant des réunions permettant de suivre les différentes étapes de l'avancement du projet et la mise en place d'éventuelles actions correctives
- Répondre aux problématiques managériales de l'entreprise en appliquant les principes de la gestion des ressources humaines et des organisations dans le respect du droit de travail
- Adopter un management inclusif en étant capable d'analyser les points forts et les points à améliorer des membres de l'équipe pour garantir une bonne cohésion d'équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Epreuves écrite et orale

Travail individuel et collectif

Chaque apprenant devra préparer une argumentation précise et détaillée afin d'être en capacité d'animer un débat sur un cas d'entreprise donné

- Dossier

Individuel

Chaque apprenant prépare un dossier sur la Responsabilité Sociétale de Entreprises d'une structure libre de son choix

- Cas pratique écrit et oral

Animation d'une réunion commerciale

Travail individuel sur un cas d'entreprise donné

Production orale individuel de mise en situation

- Cas pratique

Management d'une équipe

Travail individuel et collectif

A partir d'un cas d'entreprise donné, les apprenants doivent analyser la gestion de l'équipe en place et restituer à l'oral les choix effectués (remplacement, recrutement, rémunérations)

RNCP41042BC04 — Participer au développement international de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Communiquer avec aisance en langue étrangère en s'exerçant et en participant à des activités internationales afin de mener des négociations dans un environnement professionnel multiculturel
- Identifier les enjeux des différences interculturelles en analysant les différents contextes politique, économique et sociétal étrangers afin de développer l'activité à l'international
- Analyser les pratiques et défis liés à la gestion des entreprises dans un contexte international en explorant les stratégies de gestion internationale pour gérer des équipes multiculturelles
- Contribuer à la mise en place d'une stratégie de développement international en analysant les marchés étrangers et en prenant en compte les enjeux d'interculturalité et de réglementations financières internationales pour disposer de nouveaux axes de croissance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Cas pratique

Travail individuel

Production orale en groupe

Sur un contexte d'entreprise donné ciblant une problématique interculturelle

- Dossier et Epreuve orale (en anglais)

En groupe de 4/5 apprenants

Analyse d'un marché dans un contexte internationale

Production orale sur un cas d'entreprise d'une zone géographique choisie

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire intervient principalement dans le secteur du commerce et de la distribution, dans les services, dans l'industrie, et notamment dans différentes structures : TPE, PME, grandes entreprises, entreprises internationales.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé d'affaires

- Chargé de développement
- Chef de secteur
- Animateur réseau
- Commercial export
- Chargé de marketing
- Responsable grands comptes
- Responsable de la relation clientèle

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)	2 931 €
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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	42 589
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
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 R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une entrée en 1ère année, sont autorisés :

- Les élèves titulaires d'un baccalauréat (toutes filières ou titre étranger admis en équivalence

Pour une entrée en 2ème année, sont autorisés :

- Les candidats ayant obtenu ou étant sur le point d'obtenir un titre universitaire ou équivalent, certifiant au moins une année d'études supérieures (représentant 60 crédits ECTS)

Pour une entrée en 3ème année, sont autorisés :

- Les candidats ayant obtenu ou étant sur le point d'obtenir un titre de niveau 5 ou 120 crédits ECTS (ou un titre étranger en équivalence)

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

- Le Président de jury : maitre de conférences ou professeur des Universités (nommé par le Recteur d'Académie)
- Le Représentant du Recteur de l'Académie de Lyon

- Le Directeur de l'école EKLYA
- Le Responsable du programme Diplôme supérieur en commerce et marketing opérationnel
- Un représentant du corps professoral nommé par le Directeur de l'école EKLYA
- Un représentant des entreprises du territoire

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2026

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42284

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41042/>