

Responsable de l'analyse et du développement stratégiques des marchés

RNCP6010 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312n
Code(s) ROME	M1707, M1705, M1703, M1302
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	14/04/2017

Certificateur(s)

Institut de formation commerciale permanente (IFOCOP)

<http://www.ifocop.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Responsable de l'Analyse et du Développement Stratégiques des Marchés a en charge la définition des stratégies marketing et commerciales d'une PME/PMI sur ses marchés et la mise en œuvre de ces dernières dans un objectif de rentabilité économique et de développement des activités. Il conçoit les plans d'actions, mesure et budgète les impacts financiers des projets.

Plus précisément ce professionnel assure les activités suivantes :

- Réalisation d'une étude de marché
- Analyse de la stratégie du marché
- Prévission de la demande
- Analyse des besoins par la segmentation
- Positionnement de l'offre de l'entreprise
- Rédaction du plan marketing stratégique
- Conception du mix marketing
- Formalisation du plan d'actions commerciales
- Communication et animation
- Management et encadrement d'une équipe
- Gestion d'un centre de profit et pilotage de son activité
- Traitement des données quantitatives

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire de la certification est capable de :

1.Mener une veille informationnelle et une analyse stratégique

- Quantifier les marchés et parts de marché, analyser les résultats et proposer des recommandations opérationnelles
- Identifier, analyser des comportements de consommateurs et proposer les moyens marketing pour conquérir ou défendre une position
 - Définir des critères de segmentation pour sélectionner les segments cibles et préconiser des options stratégiques - Définir un positionnement
 - Identifier les domaines d'activités stratégiques de l'entreprise
 - Mener une analyse du portefeuille de produits pour en mesurer l'attractivité et la compétitivité

- Evaluer les forces/faiblesses/menaces/opportunités internes et externes à l'entreprise et construire une matrice
 - Choisir une option stratégique marketing en fonction des objectifs déterminés
2. Décider et agir, du plan marketing à l'action terrain
- Concevoir le plan marketing stratégique, mettre en oeuvre le marketing mix et allouer les ressources
 - Définir la politique tarifaire produits/services et les conditions de vente - Recruter, former, organiser la force de vente
 - Proposer un plan de négociation avec les canaux/circuits de distribution, concevoir et mettre en place les actions de marchandisage et de promotions des ventes
 - Contrôler et suivre les actions à l'aide de tableaux de bord
 - Concevoir une campagne de marketing direct, évaluer les coûts, budgéter la campagne, créer les supports adaptés, concevoir une base de données et la segmenter
 - Utiliser les outils de gestion de la relation client afin d'analyser les comportements/habitudes de consommation et fidéliser/développer le marché cible.
3. Manager et communiquer
- Structurer un discours face à un groupe ou à un collaborateur, argumenter et convaincre
 - Communiquer clairement en utilisant des supports adaptés
 - Affirmer sa position managériale dans l'organisation de la structure
 - Identifier les profils des collaborateurs et adapter les pratiques managériales à l'équipe, l'objectif, les contraintes
 - Evaluer le climat social et les points de tension
 - Organiser, planifier les tâches, définir les fonctions/rôles/responsabilités et mener un projet dans le cadre du changement de stratégie de l'entreprise
 - Définir et gérer les priorités.
4. Piloter un centre de profit
- Interpréter les résultats financiers et faire un diagnostic
 - Evaluer la situation de l'entreprise
 - Proposer des préconisations au regard des projets de développement de l'entreprise et des choix stratégiques marketing
 - Valoriser les charges et les coûts
 - Concevoir une démarche de prévision et de contrôle budgétaire
 - Analyser, prévoir l'évolution de l'activité et du marché à partir des données recueillies et traitées statistiquement

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les compétences délivrées permettent de diriger un service /département commercial ou des ventes, de postuler à une direction marketing, de diriger un centre de profit ou d'une PME, d'exercer la fonction chef de produit ou de marque.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les emplois occupés peuvent être :

- responsable de la stratégie commerciale
- directeur commercial et marketing
- directeur ou responsable du développement commercial
- chef de produit
- directeur de PME

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · 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)	11 770
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés R1X68 — Employés des services 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 continue, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

50 % de professionnels

25 % de représentants d'une administration

25 % de représentants de l'organisme

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

idem

COMPOSITION DU JURY — VAE

75 % de professionnels

25 % de représentants de l'organisme

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 14/04/2017

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP28159

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/6010/>