

Manager du développement international

RNCP6972 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1302, D1406, M1707, M1701
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	21/04/2014

Certificateur(s)

Ecole supérieure de gestion et commerce international (ESGCI)

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le manager en commerce international a pour domaines d'activités privilégiés le commerce international (ex : Direction d'un service export), le développement à l'international (ex. : Implantation d'une société à l'étranger) et le management interculturel (ex. : pratique interculturelles des affaires). Il détermine l'évolution de l'entreprise au sein de son environnement et sa croissance harmonieuse à l'international. Doté d'une double compétence, en gestion d'un centre de profit international et en management, c'est un cadre occupant des fonctions stratégiques de haut niveau au sein de multinationales, dans les secteurs : de l'industrie, des services ou du luxe, dans les petites et moyennes entreprises tournées vers l'international, dans les cabinets de conseil en implantation internationale.

Le manager en commerce international élabore une stratégie et la politique commerciale export de l'entreprise, et la propose, selon les cas, à la direction générale ou aux clients de son entreprise. La finalité étant de faire progresser les ventes dans un environnement international complexe et réglementé.

Il peut ainsi conseiller sa hiérarchie ou ses clients, travaille de concert avec eux pour fixer l'orientation de la stratégie à retenir, identifie les objectifs à atteindre, ainsi que les moyens et techniques à mettre en oeuvre pour y parvenir. L'activité suppose de faire partie du comité de direction et de travailler de manière collaborative avec la direction financière et la direction des ressources humaines.

Les fonctions du manager en commerce international doivent permettre, par nature, de définir un plan d'action commercial à l'export et une véritable stratégie internationale pour l'entreprise.

La fonction de gestion financière est essentielle dans le rôle du Manager en commerce international. Il doit déterminer l'allocation des ressources budgétaires entre les différents postes de développement : structure, prospection, ou promotion en fonction de la zone commerciale abordée. Elle est destinée à dégager des solutions pour optimiser la rentabilité financière des opérations internationales à mener pour l'entreprise ou pour ses clients

Afin de mettre en œuvre le plan d'action commercial, le manager en commerce international encadre une équipe de collaborateurs. Il fixe, coordonne et contrôle avec eux, les activités de conception et de mise en œuvre nécessaires au développement sur les marchés de biens ou services proposés par l'entreprise, de façon à permettre d'optimiser les résultats attendus (amélioration des procédures, négociation de contrats internationaux..)

Lorsqu'il exerce son activité dans l'industrie, il structure et anime aussi des réseaux internationaux. Soit en mettant en place des joint-ventures en vue de la délocalisation d'une partie de la production ou du partage de procédés technologiques, soit en choisissant les différents réseaux internationaux de distribution pour commercialiser les produits de l'entreprise à l'export. Le Manager en commerce international est aussi responsable de pilotage de projets au travers de mise en place par une équipe d'outils et de procédures en gestion des achats et des approvisionnements internationaux, afin d'établir les principes de la stratégie et du développement international de

l'entreprise.

Le manager peut avoir des fonctions de Marketing Opérationnel, il peut décider de Mettre en place des actions de marketing et de communication hors médias (présence sur les salons, présence lors des événements locaux ou internationaux ; trade marketing, opérations spéciales...) et médias (presse spécialisée et autres médias). Ces outils sont le plus souvent conçus par les équipes marketing du siège.

Le manager en commerce international est responsable de veille concurrentielle internationale, il coordonne un service chargé de rassembler les données stratégiques des analyses sur les marchés à développer. Du fait de l'internationalisation de l'entreprise, les cellules de veille sont souvent éloignées du centre de décision. Il faut développer la constitution de dossier sur la concurrence dans un cadre déontologique acceptable.

Le Manager en commerce international doit rapidement devenir le pilote de l'Intelligence Economique. Il coordonne l'ensemble des actions de recherche, de traitement, de distribution et de protection de l'information obtenue légalement, utile aux actionnaires en vue de la validation des stratégies qu'il met en place. Cette fonction permet au manager de proposer une véritable politique de sécurité économique définissant un périmètre stratégique qui s'appuie sur la connaissance des normes qui régissent le secteur d'activité et sur une politique d'influence et de lobbying auprès des organismes internationaux ou locaux concernés.

Le Manager doit être le vecteur de l'image de qualité de l'entreprise auprès des différents interlocuteurs internationaux, sa crédibilité est essentielle dans le développement des relations. En fonction de l'effectif de l'entreprise, il peut être responsable juridiquement des actes réalisés à ce titre.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

CAPACITES OU COMPETENCES ATTESTEES : 1) Après analyse des informations recueillies lors des études de marché, concevoir la stratégie commerciale de l'entreprise, en précisant les objectifs à atteindre et les moyens humains et financiers à mobiliser et en répartissant judicieusement les ressources humaines en fonction des besoins de chaque zone.

2) À partir de l'analyse des différents modes de financement, conseiller le commanditaire (interne ou externe) en lui recommandant un ensemble de solutions adaptées et novatrices, et en sélectionnant les salariés chargés des études en fonction de leurs compétences

3) En vue de développer une démarche structurée de vente, concevoir le plan d'action commerciale à l'international, en développant les relations avec les prescripteurs et les intermédiaires internationaux, en déterminant un processus de planification, en assurant le suivi et l'adaptation du plan de vente, et en soutenant les équipes commerciales, en France et à l'étranger.

4) En concevant des process industriels, gérer un centre de profit international en vue d'optimiser son développement commercial, en fédérant l'ensemble des processus financiers : plan stratégique, budget, prévisions, consolidation, reporting et analyse, en sélectionnant les meilleurs partenaires locaux et en construisant les réseaux logistiques adéquats.

5) Dans le cadre de la direction d'un service export international, manager une équipe multiculturelle de salariés, en clarifiant les objectifs de la société mère dans les entreprises du groupe, en la faisant adhérer à la stratégie et aux valeurs axées sur la performance dans les pays émergents , en la formant aux rouages de la pratique interculturelle des affaires et en la mobilisant autour de projets communs.

6) Dans le cadre de la gestion de l'activité à l'Internationale, structurer les procédures juridiques et administratives relatives aux différents marchés à aborder, en développant la pratique interculturelle des affaires dans les différents services exports, en choisissant les prestataires idéaux par rapport aux besoins via les appels d'offres, en résolvant les problèmes de réglementation sans recourir aux règlements juridiques des litiges et en constituant des lobbies pour arbitrer, informer et influencer les décideurs politiques.

7) À partir de sa connaissance des marchés internationaux, participer à l'élaboration des plans marketing opérationnels et de communication, afin de réussir son implantation ou son entrée sur le marché extérieur, en fusionnant la stratégie de communication avec la stratégie de développement, en collaborant avec les agences locales pour établir les campagnes, en supervisant l'adaptation des messages au marché locaux et en effectuant des reportings sur l'opportunité et l'efficacité des campagnes.

8) En vue de disposer des informations nécessaires à la prise de décisions, concevoir et piloter le développement d'une cellule de veille et d'intelligence économique centrée sur les problématiques liées à l'export, en mobilisant des moyens humains et financiers adaptés, en formant des experts bilingues ou trilingues en intelligence économique ou dans le management de l'information et de la communication au service des stratégies internationales des entreprises et des territoires, et en développant des connaissances et des capacités dans la dynamique internationale des entreprises et des territoires à partir de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication.

En privilégiant certains axes comme la communication et le développement durable, développer la notoriété internationale de l'entreprise en assurant également la négociation de certains contrats clefs, en générant de l'actualité sur l'entreprise dans la presse quotidienne ou dans la presse spécialisée des différentes zones prospectées., en participant à des conférences locales ou internationales sur son domaine d'activité et en conciliant développement économique et aspirations sociales sans mettre en danger l'équilibre contractuel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur d'activités : Le manager en commerce international :

- Au sein des services export des multinationales
- Dans des établissements industriels souvent spécialisés
- Dans des cabinets de conseil internationaux
- A la Direction des filiales de grands groupes.
- Il peut également créer sa propre structure d'activités.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Plusieurs catégories de postes sont répertoriées: - Directeur Commercial International, responsable export

- Directeur des Ventes Internationales
- Ingénieur commercial export
- Dirigeant PME/PMI Internationale
- Chef de zone export

RÈGLEMENTATIONS 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 initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

50% de membres dépendant de l'organisme et 50% de membres extérieurs à l'organisme répartis à égalité entre employeurs et salariés.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 21/04/2014

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP4312

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP17999

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/6972/>