

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28675**

Intitulé

Responsable commercial(e) et marketing digital

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
EDUCSUP, ADEFI formation - Institut supérieur de commerce de Toulouse (ISCT)	Présidente, Gérant

Chaque certificateur est en mesure de délivrer la certification en son nom propre

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312m Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le manager commercial ne peut pas être spécialiste dans tous ces domaines, mais doit pouvoir :

- Construire un plan marketing englobant autant les méthodes et outils traditionnels que digitaux,
- Identifier les bons spécialistes, les consulter sur la base d'un besoin / cahier des charges précis, notamment en marketing digital, puis les piloter et contrôler leurs résultats,
- Mettre en oeuvre et piloter un plan d'actions commerciales traditionnelles et digitales,
- Manager les équipes commerciales et marketing, internes ou externes, qu'il s'agisse de forces de vente traditionnelles, ou de spécialistes en marketing traditionnel et digital.
- Mesurer et contrôler l'efficacité des actions commerciales et marketing,

Les activités visées par la certification :

- Activité 1 : conception et mise en oeuvre d'une stratégie marketing traditionnelle et digitale

Le responsable commercial et marketing digital analyse le positionnement des produits sur l'ensemble des canaux de distribution traditionnels et digitaux. Il assure la veille concurrentielle, commercial et technologique. Il suit les évolutions des comportements et des besoins du consommateur, y compris sur internet et les réseaux sociaux de manière à développer l'innovation. Il identifie des partenaires potentiels, sélectionne et développe des partenariats. Il établit le plan marketing d'une offre commerciale de produits et/ou services

- Activité 2 : Conception et mise en oeuvre d'un plan d'actions commerciales

Il définit un plan d'action commercial et des objectifs commerciaux. Il analyse l'environnement commercial de l'entreprise, il définit les cibles, la forme et les contenus des supports d'aide à la vente. Il développe et suit les ventes y compris e business. Il sélectionne les vecteurs de communication adaptés au lancement du produit (annonces publicitaires, plan média, événements promotionnels). Il sélectionne et organise des salons, séminaires, conférences etc. Il commercialise l'offre produits et/ou services.

- Activités 3 : Mise en oeuvre et suivi technique d'une politique digitale

Il pilote la réalisation, l'administration et les mises à jour de sites internet. Il définit, pilote la mise en oeuvre et optimise un plan de communication et de publicité sur internet, et de marketing digital en général. Il assure le suivi et l'analyse de la fréquentation du site internet et des éléments de communication en ligne. Il consulte et pilote des prestataires spécialisés en marketing digital. Il mesure l'efficacité des actions de marketing digital et optimise le plan d'action. Il pilote le CRM (Customers Relation Management).

- Activité 4 : Gestion commerciale et animation d'équipe

Il encadre et anime une équipe. Il optimise le management de l'entreprise. Il gère les ressources humaines. Il élabore et utilise des outils de reporting (tableaux de bords des résultats et de la performance de l'activité commerciale, retour sur investissement d'actions commerciales ou de communication). Il réalise des rapports d'activité avec le tableau de prévisions et des réalisations. Il coordonne des services opérationnels internes et externes, et fonctionnels. Il mesure des résultats des collaborateurs. Il gère un budget.

Le titulaire de la certification est capable de :

- Concevoir et mettre en place une stratégie marketing
- Concevoir et lancer de nouveaux produits / Mettre en place et développer des partenariats
- Mettre en oeuvre une politique commerciale off line et on line
- Animer un réseau commercial
- Piloter un projet de marketing digital
- Mesurer et contrôler l'efficacité des actions web
- Gérer une équipe commerciale
- Suivre les performances commerciales.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Toute entreprise, structure, organisation quelque soit le domaine d'activité

Responsable commercial polyvalent - Responsable Marketing - Chargé d'affaires - Commercial junior Web - Chef de projet commercial et web marketing - Chargé de projet E communication - Responsable marketing digital - Community Manager - Web commercial - Responsable E commerce.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1704 : Management relation clientèle

M1705 : Marketing

E1101 : Animation de site multimédia

Modalités d'accès à cette certification**Descriptif des composants de la certification :**

Le titulaire de la formation est capable de :

Concevoir et mettre en place une stratégie marketing / Concevoir et lancer de nouveaux produits / Mettre en place et développer des partenariats

Mettre en oeuvre une politique commerciale off line et on line

Animer un réseau commercial

Piloter un projet de marketing digital

Mesurer et contrôler l'efficacité des actions web

Gérer une équipe commerciale

Suivre les performances commerciales

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 28675 - Gérer une équipe commerciale	<p>Descriptif : Maîtriser les techniques d'acquisition de trafic et de visibilité sur internet, et d'outils de mesure d'audience, de E-réputation / Améliorer la visibilité des sites : acquisition de trafic et de référencement / Produire un site performant / Gérer l'optimisation et la maintenance des sites internet, extranet, portail / Concevoir des tableaux de bord / Mettre en place les actions correctives</p> <p>Modalité d'évaluation : Cas pratique : analyse d'une campagne web, reporting et propositions d'axes d'amélioration face à un jury de professionnels</p> <p>Modalité de certification : Remise d'une attestation en lien avec la certification - n Activité III du référentiel de certification « Mise en œuvre et suivi technique d'une politique digitale »</p>
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 28675 - Animer un réseau commercial	<p>Descriptif : Développer et animer un réseau commercial / Organiser la distribution des produits (stratégie multicanale) / Négocier et vendre son offre commerciale à un prospect, client ou partenaire (revendeur, distributeur ...) / Démarcher des clients, rechercher des points de vente, organiser des réseaux en s'appuyant sur des canaux numériques</p> <p>Modalité d'évaluation : Etude de cas animation d'un réseau : Mise en situation professionnelle d'une présentation du bilan de résultats commerciaux d'une activité commerciale</p> <p>Modalité de certification : Remise d'une attestation en lien avec la certification - Activité II du référentiel de certification « conception et mise en œuvre d'un plan d'actions commerciales »</p>
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 28675 - Suivre les performances commerciales	<p>Descriptif : Mettre en place les outils de pilotage de l'activité commerciale et assurer le reporting auprès de sa hiérarchie / Comprendre et élaborer un budget / Calculer les marges commerciales et la rentabilité financière de son activité / Optimiser et réduire les coûts / Assurer le reporting auprès des directions concernées.</p> <p>Modalité d'évaluation : Mise en situation professionnelle d'une présentation de bilans commerciaux d'une activité : présentation orale et écrite des résultats face à un jury de professionnels</p> <p>Modalité de certification : Remise d'une attestation en lien avec la certification - Activité IV du référentiel de certification « Gestion commerciale et Animation d'équipe ».</p>
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 28675 - Concevoir et lancer de nouveaux produits / Mettre en place des partenariats	<p>Descriptif : Créer et développer des partenariats : choisir les fournisseurs et prestataires : rédaction et lancement d'appels d'offres / Négocier et suivre la réalisation des contrats de partenariats</p> <p>Modalité d'évaluation : présentation orale et écrite de l'étude + soutenance à un jury de professionnels</p> <p>Modalité de certification : remise d'une attestation en lien avec la certification - Activité I du référentiel de certification « Conception et mise en œuvre d'une stratégie marketing traditionnelle et digitale »</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 28675 - Mettre en oeuvre un plan d'actions commerciales off line et on line (traditionnel et digital)	<p>Descriptif : Elaborer les outils et argumentaires commerciaux / Fixer les objectifs commerciaux et assurer le suivi des ventes / Piloter les actions commerciales /Gérer la relation clients, fidéliser et traiter les litiges / Communiquer efficacement sur le web, prospecter et communiquer sur les réseaux sociaux / Piloter la création, la mise en place et le suivi de nouveaux supports digitaux</p> <p>Modalité d'évaluation : Sur un cas réel d'entreprise, rédaction du plan d'action commerciales et d'une offre commerciale incluant l'ensemble des clauses contractuelles (commerciales, financières, juridiques, transport)</p> <p>Modalité de certification : Activité II du référentiel de certification « conception et mise en oeuvre d'un plan d'actions commerciales »</p>
Bloc de compétence n°6 de la fiche n° 28675 - Piloter un projet de marketing digital	<p>Descriptif : Prendre en compte l'environnement et le cadre l'égal du E-Commerce / Appréhender les communautés sur le web et les comportements des consommateurs sur internet / Mettre en place des actions de marketing digital (stratégie de contenu, search marketing, affiliation, marketing viral...) / Mettre en place les actions de publicité et de communication sur internet, y compris des médias sociaux, sur les moteurs de recherche, par affiliation, des mailings de masse, de newsletter, de comparateurs de prix... Identifier, sélectionner et acheter les noms de domaines / Utiliser les CRM et les techniques de récolte de données (y compris notions de « Big Data ») / Maîtriser les notions de référencement naturel et payant</p> <p>Modalité d'évaluation : Etude de cas de marketing digital : « présentation d'un projet digital avec création d'une page internet, proposition de stratégie sur les réseaux sociaux ».</p> <p>Modalité de certification : Remise d'une attestation en lien avec la certification -n Activité III du référentiel de certification « Mise en oeuvre et suivi technique d'une politique digitale »</p>
Bloc de compétence n°7 de la fiche n° 28675 - Mesurer et contrôler l'efficacité des actions web	<p>Descriptif : Maîtriser les techniques d'acquisition de trafic et de visibilité sur internet, et d'outils de mesure d'audience, de E-réputation / Améliorer la visibilité des sites : acquisition de trafic et de référencement / Produire un site performant / Gérer l'optimisation et la maintenance des sites internet, extranet, portail / Concevoir des tableaux de bord / Mettre en place les actions correctives</p> <p>Modalité d'évaluation : Cas pratique : analyse d'une campagne web, reporting et propositions d'axes d'amélioration face à un jury de professionnels</p> <p>Modalité de certification : Remise d'une attestation en lien avec la certification -n Activité III du référentiel de certification « Mise en oeuvre et suivi technique d'une politique digitale »</p>
Bloc de compétence n°8 de la fiche n° 28675 - Concevoir et mettre en place une stratégie marketing	<p>Descriptif : Organiser une veille concurrentielle (y compris e réputation) et prendre en compte l'environnement commercial et digital des produits / Définir les évolutions des produits et des marchés / Définir le positionnement d'une marque en France et ou International / Construire le plan marketing opérationnel : gérer et déployer le planning promotionnel / Structurer une offre commerciale de produits et/ou de service (politique de prix, positionnement, rédaction de fiches produits...)</p> <p>Modalité d'évaluation : Etude de marché : présentation orale et écrite de l'étude + soutenance face à un jury de professionnels</p> <p>Modalité de certification : remise d'une attestation en lien avec la certification - Activité I du référentiel de certification « Conception et mise en oeuvre d'une stratégie marketing traditionnelle et digitale »</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	4 jurys : 2 à 3 professionnels du secteur et au moins une personne issue de la direction pédagogique
En contrat d'apprentissage	X	

Après un parcours de formation continue	X	4 jurys : 2 à 3 professionnels du secteur et au moins une personne issue de la direction pédagogique
En contrat de professionnalisation	X	4 jurys : 2 à 3 professionnels du secteur et au moins une personne issue de la direction pédagogique
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2015	X	4 jurys : 2 à 3 professionnels du secteur et au moins une personne issue de la direction pédagogique

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 07 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable commercial(e) et marketing digital" avec effet au 01 octobre 2013, jusqu'au 19 juillet 2021.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Une vingtaine de candidats par an

Autres sources d'information :

EDUCSUP

104 boulevard Arago
75014 PARIS

ADEFI-ISCT

1, impasse Marcel Chalard
Bâtiment 3 Technoparc
31100 TOULOUSE

Lieu(x) de certification :

EDUCSUP : Île-de-France - Paris (75) [104 boulevard Arago]

ADEFI formation - Institut supérieur de commerce de Toulouse (ISCT) : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Haute-Garonne (31) [Toulouse]

EDUCSUP

104 boulevard Arago
75014 PARIS

ADEFI-ISCT

1, impasse Marcel Chalard
Bâtiment 3 Technoparc
31100 TOULOUSE

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

- Institut européen de formation (IEF) - 23 rue Vauban - 67000 Strasbourg
- IFA Institut européen des affaires - 4 rue Saint Charles - 57000 Metz
- Groupe Saint Joseph la Salle Troyes - Campus La Salle Troyes - 21 rue du Cloître Saint Etienne - 10000 Troyes
- Merkure Business School - 384 avenue du Club hippique - CS 10450 - 13096 Aix en Provence

Historique de la certification :