

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 17836**

### Intitulé

Manager relation client (MS)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
NEOMA Business School	Directeur général

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

310p Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion (organisation , gestion)

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Manager Relation Client conçoit et conduit, au sein d'un service qu'il supervise, la stratégie relation client en adéquation avec la stratégie de l'entreprise et plus particulièrement avec la stratégie commerciale et marketing.

Il est chargé de mettre en place et de superviser des process, outils et moyens pour développer la connaissance des clients de l'entreprise afin d'améliorer leur satisfaction et donc leur fidélisation.

Il contribue également au développement et à la promotion des offres de services.

Il assure le suivi opérationnel des projets (on-line, off-line et mobile), et adapte les offres clients en temps réel grâce à l'analyse des données « big data » en continu.

Il est chargé de mettre en place des indicateurs de performance, d'en assurer l'analyse et de faire des reportings à la Direction. Il développe la culture client au sein de l'entreprise.

Dans les métiers ci-dessus, le client est compris dans son acceptation courante c'est-à-dire externe à l'entreprise mais le Manager Relation Client peut aussi exercer son activité au sein de grands groupes pour piloter les relations avec les filiales ou agences considérées comme clients internes comme par exemple en tant que Service development manager.

Il peut également être consultant dans le domaine de la relation client (Management de la Relation Client - CRM, fidélisation client,...).

Il exerce les activités suivantes :

- 1) élabore une stratégie marketing centrée client
- 2) développe la culture client au sein de l'entreprise
- 3) contribue au développement de l'offre client
- 4) pilote la relation client
- 5) gère les ressources financières et humaines dédiés à la relation client

Le titulaire est capable de :

- analyser l'environnement sur la base des données disponibles (internes et externes)
- appliquer des concepts clés de la stratégie marketing
- identifier les points d'interaction entre le client et la marque
- identifier les principaux leviers de la politique marque pour une relation client optimisée (engagement, satisfaction)
- déterminer les facteurs inhérents au comportement multicanal des consommateurs afin de maîtriser le parcours client
- établir les leviers stratégiques et marketing relatifs au CRM (Customer Relationship Management)
- intégrer la mutation technologique et la transformation digitale de l'entreprise dans le développement d'une culture client
- définir une stratégie de veille économique et concurrentielle en vue d'améliorer la connaissance client
- définir une stratégie multicanale de recueil d'information
- analyser les données clients et présenter les résultats
- replacer l'offre client dans le contexte d'une transformation digitale de l'entreprise
- recommander des solutions innovantes pour la différenciation et l'enrichissement de l'expérience client
- identifier les différents objectifs poursuivis dans la conception des bases de données relationnelles
- définir les données nécessaires à la conception des bases de données relationnelles
- utiliser les outils d'analyse statistique et les différentes techniques de gestion d'analyse des bases de données
- mettre en place les outils de référencement Web
- analyser les données clients issues des réseaux sociaux
- définir des indicateurs de suivi de la performance de la stratégie relation client
- mesurer et synchroniser les impacts des ajustements effectués
- identifier les missions clés liées à la relation client
- évaluer le potentiel et la performance des collaborateurs
- communiquer efficacement avec les collaborateurs et faire preuve de persuasion
- contribuer au travail d'une équipe et la manager
- mettre en place des outils de suivi de la performance de la relation client

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

Le métier s'exerce dans toute entreprise disposant d'une fonction Marketing et souhaitant développer une stratégie de relation client (connaissance du client, gestion du client, satisfaction du client, fidélisation). Tous les secteurs d'activité sont concernés, avec une

prévalence des secteurs liés aux biens de consommation et à l'e-commerce. Le poste peut également être exercé en cabinet d'étude Marketing.

La taille des entreprises est variable, allant de la start-up à la grande entreprise, nous observons toutefois que les postes occupés par les titulaires de la certification sont majoritairement au sein d'entreprises de plus de 250 salariés.

Le Manager Relation Client peut exercer ses fonctions dans :

- o Le développement commercial : - Conseiller client - conseiller financier dans le secteur bancaire - Responsable commercial - Directeur de groupe commercial - Sales Manager / Sales Executive - Chef de publicité - Junior Account Manager
- o Le développement de la relation client : - Chef de projet marketing B to B - Directeur relations collectivités locales - Business Developer / Manager Business Development - Country manager - Responsable Relation Client et outils commerciaux - Responsable Pôle client ou service consommateurs - Responsable Communication Relation Client Web 2.0 (e-CRM Relation Client)
- o La fidélisation client : - Responsable fidélisation Grands Comptes et Agences - Marketing de la fidélisation BtoB - Responsable Grands Comptes
- o La gestion de projets de développement de la relation client : - Project Management Officer / Chef de projet - Développement du CRM - Responsable Marketing Opérationnel - Chef de produit / Product Manager - Senior Project Manager - Ingénieur WEB projets Relation Client - Business analyst
- o L'expérience client : - Responsable de l'expérience client BtoB - Responsable marketing expérience client fibre - Directeur de projet expérience clients

Le Manager Relation Client peut aussi exercer son activité au sein de grands groupes pour piloter les relations avec les filiales ou agences considérées comme clients internes comme par exemple en tant que Service Development Manager.

Il peut également exercer ces activités en tant que consultant : - Consultant Customer Experience - Consultant Digital Customer Experience - Consultant FinTech / InsurTech

#### **Codes des fiches ROME les plus proches :**

**M1402** : Conseil en organisation et management d'entreprise

**M1702** : Analyse de tendance

**M1703** : Management et gestion de produit

**M1704** : Management relation clientèle

**M1705** : Marketing

#### **Modalités d'accès à cette certification**

##### **Descriptif des composantes de la certification :**

5 modules: Les fondamentaux de la décision marketing - Organisation, technologie et systèmes - Méthodes et outils Big Data - Big Data Analytics - Aptitudes et compétences humaines.

La mission en entreprise d'une durée minimale de 4 mois est évaluée au travers de la rédaction puis de la soutenance d'une thèse professionnelle.

Pour obtenir la certification, l'étudiant doit valider 75 crédits ECTS.

Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation.

Pour obtenir la totalité de la certification, le candidat doit se voir valider par le jury de certification, l'ensemble des blocs de compétences.

Aucun bloc de compétences n'est optionnel.

En cas de validation partielle par le jury de VAE, le candidat peut obtenir les compétences qui lui manquent en acquérant un bloc de compétences.

Chaque bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation. L'intitulé de la certification délivrée pour un bloc correspond à l'intitulé du bloc.

##### **Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 17836 - Elaborer une stratégie marketing centrée client</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analyser l'environnement sur la base des données disponibles (internes et externes)</li> <li>- appliquer des concepts clés de la stratégie marketing</li> <li>- identifier les points d'interaction entre le client et la marque</li> <li>- identifier les principaux leviers de la politique marque pour une relation client optimisée (engagement, satisfaction)</li> <li>- déterminer les facteurs inhérents au comportement multicanal des consommateurs afin de maîtriser le parcours client</li> <li>- établir les leviers stratégiques et marketing relatifs au CRM</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Dans le cadre d'une étude de cas en groupe avec présentation orale (4 jours en centre)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présentation d'une stratégie marketing en utilisant de façon pertinente les outils d'analyse stratégique</li> <li>- identification des leviers stratégiques liés à la relation client</li> <li>- proposition d'une stratégie d'engagement client</li> </ul> <p>Dans le cadre d'un travail en groupe en partenariat avec une entreprise (5 jours en centre et en entreprise)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- définition d'une stratégie d'amélioration de l'expérience client dans un contexte réel d'entreprise</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 17836 - Développer la culture client au sein de l'entreprise</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- intégrer la mutation technologique et la transformation digitale de l'entreprise dans le développement d'une culture client</li> <li>- définir une stratégie de veille économique et concurrentielle en vue d'améliorer la connaissance client</li> <li>- définir une stratégie multicanale de recueil d'information</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Dans le cadre d'une étude de cas en groupe (4 jours en centre)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présentation orale d'une stratégie de transformation digitale et de l'impact en terme de culture client : système d'information, canaux d'information et de communication (multicanal), stratégie de veille...</li> <li>- production d'une analyse sur le changement induit par l'évolution de la culture technologique du client</li> </ul>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 17836 - Contribuer au développement de l'offre client</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analyser les données clients et présenter les résultats</li> <li>- replacer l'offre client dans le contexte d'une transformation digitale de l'entreprise</li> <li>- recommander des solutions innovantes pour la différenciation et l'enrichissement de l'expérience client</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Dans le cadre d'une étude de cas (7 jours en centre et travail personnel) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présentation en groupe d'un projet de développement d'une offre client innovante et différenciante en phase avec les attentes des clients et intégrant notamment les nouveaux outils digitaux</li> <li>- rédaction d'une synthèse individuelle de 3 à 5 pages sur la transformation digitale de l'entreprise et son impact sur l'offre client</li> </ul>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 17836 - Piloter la relation client	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identifier les différents objectifs poursuivis dans la conception des bases de données relationnelles</li> <li>- définir les données nécessaires à la conception des bases de données relationnelles</li> <li>- utiliser les outils d'analyse statistique et les différentes techniques de gestion d'analyse des bases de données</li> <li>- mettre en place les outils de référencement web</li> <li>- analyser les données clients issues des réseaux sociaux</li> <li>- définir des indicateurs de suivi de la performance de la stratégie relation client</li> <li>- mesurer et synchroniser les impacts des ajustements effectués</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Dans le cadre d'une étude de cas (3 jours en centre) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présentation en groupe d'une stratégie de développement de la connaissance client et de segmentation client s'appuyant sur l'analyse des données relative à la dynamique digitale de la marque : CRM, datamining, référencement WEB, réseaux sociaux</li> </ul> <p>Dans le cadre d'une étude de cas (3 jours en centre) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- définition d'un ensemble d'indicateurs de performance d'une stratégie relation client s'appuyant sur une analyse statistique de données</li> </ul>
Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 17836 - Gérer les ressources financières et humaines dédiées à la relation client	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identifier les missions clés liées à la relation client</li> <li>- évaluer le potentiel et la performance de ses collaborateurs</li> <li>- communiquer avec les collaborateurs et faire preuve de persuasion</li> <li>- contribuer au travail d'une équipe et la manager</li> <li>- mettre en place des outils de suivi de performance de la relation client</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rédaction individuelle d'un compte-rendu d'une mise en situation de travail en équipe autour d'une problématique liée à la relation client avec prise de décision (2 jours en centre) <ul style="list-style-type: none"> <li>• diagnostic de la situation,</li> <li>• repérage des acteurs,</li> <li>• compréhension des rôles et mission,</li> <li>• autodiagnostic</li> </ul> </li> <li>- rédaction individuelle d'un dossier d'analyse de la rentabilité des décisions liées à la relation client (2 jours en centre)</li> </ul>

**Validité des composantes acquises : illimitée**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels
En contrat de professionnalisation	X	6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels
Par candidature individuelle	X	

Par expérience dispositif VAE prévu en 2006	X	6 personnes : Président du jury, 3 représentants de NEOMA business school dont 1 intervenant professionnel, 2 Professionnels
---	---	--

	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 19 novembre 2013 publié au Journal Officiel du 29 novembre 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager relation client" avec effet au 02 janvier 2009, jusqu'au 29 novembre 2016.

#### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

#### Références autres :

Arrêté du 07 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager relation client (MS)" avec effet au 29 novembre 2016, jusqu'au 19 juillet 2022.

### Pour plus d'informations

#### Statistiques :

Promotion 2012 : 10 certificats obtenus  
 Promotion 2013 : 17 certificats obtenus  
 Promotion 2014 : 26 certificats obtenus  
 Promotion 2015 : 22 certificats obtenus

#### Autres sources d'information :

Site internet :  
<http://www.neoma-bs.fr/formations/masteres-specialises-masters-of-science-temps-partiel/ms-marketing-et-data-analytics/presentation-du-programme>  
 Contact internautes : [Gwenaelle.toullec@neoma-bs.fr](mailto:Gwenaelle.toullec@neoma-bs.fr)  
[NEOMA Business School](#)

#### Lieu(x) de certification :

NEOMA Business School : Île-de-France - Paris ( 75) [Paris]  
 Campus de Rouen : 1 rue du Maréchal Juin - BP 215 - 76825 MONT SAINT AIGNAN Cedex

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

NEOMA Business School - Campus de Paris - 9 rue d'Athènes - 75009 Paris

#### Historique de la certification :

Le Paris Executive Campus, filiale de NEOMA business school, a été créé en 2009 sous le statut d'une Société par Actions Simplifiées. Il a pour activité principale, le développement de formations continues sur Paris, comme les Mastères Spécialisés.