

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 30407**

Intitulé

Chargé de développement commercial et marketing

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
EFIP (Enseignement-formation-insertion-promotion) - INSCAM - Groupe ESCCOT	Directrice

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le chargé de développement commercial et marketing est responsable du développement et la mise en place de la stratégie commerciale et marketing.

Il conçoit et met en œuvre des actions dans les domaines commercial et marketing visant à répondre aux besoins de la clientèle. En tant que chef de projet, il coordonne les moyens humains, financiers et logistiques ainsi que la planification des différentes tâches des personnes impliquées, afin de développer les projets de son entreprise.

Il contrôle les résultats et rend compte à la Direction générale de l'entreprise.

Il maîtrise la planification des budgets, ainsi que le recrutement et l'encadrement d'une équipe.

Les activités du « Chargé de développement commercial et marketing » s'articulent autour de six axes :

La gestion de l'activité commerciale,

Le pilotage d'un plan d'actions de marketing,

La définition et la mise en œuvre d'un plan d'actions de communication,

La conduite et le pilotage d'un projet commercial

La définition d'un plan d'actions commercial et marketing digital,

La gestion administrative, financière et juridique de l'activité commerciale.

Les capacités attestées :

1- Domaine commercial :

- Mener une analyse stratégique et concurrentielle du marché afin de déterminer les orientations stratégiques et les décliner en objectifs prévisionnels et opérationnels de vente.

- Définir des plans d'actions commerciales et mettre en œuvre des actions de fidélisation et de prospection afin de développer le portefeuille clients.

2- Domaine marketing :

- Participer à la définition de la politique marketing de l'entreprise par le biais d'études et d'analyses du marché et du contexte environnant de l'entreprise.

- Proposer des axes stratégiques du marketing, à mettre en œuvre par le mix marketing afin de développer des opérations de promotions, d'alignement sur la concurrence...

3- Domaine communication :

- Participer à la définition des axes de communication, construire un plan opérationnel, et conception des outils, supports et modes de communication.

4- Domaine animation et management d'une équipe :

- Encadrer et animer les équipes de vente, fixer les objectifs, rapports de communication et validation.

- Définir un projet : de la constitution des équipes projet (attribution rôles et responsabilités), au découpage fonctionnel et à l'ordonnement temporel, par le pilotage du projet.

- Evaluer un projet (recettes, conformités, mise en exploitation, ...) en vue de proposer des ajustements des actions.

5- Domaine du webmarketing :

- Concevoir une stratégie de marketing digital multicanale, et mettre en place des actions sur le web afin de développer le trafic.

6- Domaine de la gestion :

- Analyser des parts de marchés, ventes, marges bénéficiaires du produit ou service.

- Créer des tableaux de bord et des grilles d'analyse afin de traiter les données commerciales et financières.

- Maîtriser la langue anglaise afin de mener des entretiens et de faire des propositions écrites et orales.

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

Les titulaires de ce titre pourront exercer leurs activités dans les entreprises industrielles ou commerciales, dans les administrations, dans les organismes publics ou parapublics, dans les associations.

Taille : TPE, PME, Grandes entreprises.

La taille de l'entreprise impactera certes l'étendue des missions qui seront confiées aux titulaires de la certification et leurs responsabilités.

Responsable commercial, Chef de projet commercial, Chef de projet marketing, Responsable marketing et développement commercial, Chargé de développement. chef de projet webmarketing,

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

D1402 : Relation commerciale grands comptes et entreprises

D1406 : Management en force de vente

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification est composée de 6 blocs de compétences :

- 1- La gestion de l'activité commerciale : Analyse stratégique et concurrentielle du marché afin de déterminer les orientations stratégiques et les décliner en objectifs prévisionnels et opérationnels de vente.
- 2- Le pilotage d'un plan d'actions de marketing : Définition de la politique marketing de l'entreprise par le biais d'études et d'analyses du marché et du contexte environnant de l'entreprise.
- 3- La définition et la mise en œuvre d'un plan d'actions de communication : Définition des axes de communication, construction d'un plan opérationnel, et conception des outils, supports et modes de communication.
- 4- La conduite et le pilotage d'un projet commercial : Définition d'un projet ; de la constitution des équipes projet (attribution rôles et responsabilités), au découpage fonctionnel et à l'ordonnancement temporel, par le pilotage du projet.
- 5- Le développement d'un plan d'action marketing digital permettant le développement du trafic lié au référencement naturel, le marketing mobile et viral, ainsi que le développement technique d'un site internet.
- 6- La gestion administrative, financière et juridique de l'activité commerciale : Analyse des parts de marchés, ventes, marges bénéficiaires du produit ou service. Connaissance des techniques comptables et financières.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 30407 - Développement d'un plan d'action marketing digital</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les impacts du marketing mobile et viral. - Appréhender les fondamentaux du référencement naturel, les techniques de référencement payant ou liens sponsorisés. - Développer le trafic en utilisant les leviers ; e-mailing, display, retargeting, affiliation ou jeux concours. - Intégrer les fonctions avancées du CMS Wordpress, dans le développement technique d'un site internet. <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Epreuve individuelle :</p> <p>Conception d'une stratégie digitale et mise en place d'une communication sur le web autour d'un évènement, par les outils du webmarketing.</p> <p>Présentation orale avec supports à l'appui.</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 30407 - Gestion administrative, financière et juridique d'un projet commercial</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier le seuil de rentabilité à partir des charges variables et fixes. - Intégrer les critères et indicateurs économiques, au regard des obligations comptables issues du code du commerce (compte de résultats...). - Formuler des indicateurs d'efficience pour mesurer la rentabilité du projet. - S'informer sur les règles du droit commercial (droit du consommateur, e-commerce et distribution en ligne, contrat de prestation de service...) et social (recrutement, contrat de travail). - Recueillir et traiter les informations pour construire des fichiers informatiques. <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Epreuve individuelle : L'épreuve porte sur des questions de calcul et d'analyses. Le candidat mettra en œuvre ses compétences dans la lecture et l'analyse des données pour répondre au besoin exprimé.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 30407 - Gestion de l'activité commerciale</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser l'environnement de l'entreprise au travers d'une approche systémique (l'offre, la demande...), et d'outils adaptés (matrice de positionnement concurrentiel...). - Formaliser des objectifs de vente en termes de résultats à atteindre et déterminer les ressources nécessaires (budgétaires, humaines, matérielles...). - Préparer les études quantitatives et qualitatives, de la collecte d'informations jusqu'à l'analyse. - Animer et encadrer une équipe : management par objectifs, facteur de motivation...), - Elaborer des tableaux de bord pour piloter, actualiser les indicateurs de suivi des actions commerciales. - Construire une procédure de recrutement, - Appréhender les techniques de négociation et de médiation, au service de la gestion des conflits. - Identifier les secteurs d'activité, recenser les typologies d'entreprises, faire état de son portefeuille, gérer son agenda. - Elaborer des argumentaires, des entretiens téléphoniques et en face à face, à travers les outils et techniques de communication. <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Epreuve individuelle : Etude de cas, à partir d'un dossier constitué de documents de synthèse autour d'une entreprise.</p> <p>Epreuve individuelle : Un sujet portant sur une situation de vente d'un produit, et d'un descriptif client, est communiqué au candidat. Une mise en situation entre un intervenant professionnel du commerce,</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 30407 - Pilotage d'un plan d'action marketing</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une étude de faisabilité grâce à des outils d'analyses statistiques adaptés. - Etablir un diagnostic à travers les principes de base des 4 P. - Identifier les moyens nécessaires à la réalisation du plan marketing. - Proposer différentes étapes de mise en œuvre des opérations, par l'application des techniques et outils du marketing direct. - Exploiter et mesurer les résultats des campagnes de marketing direct, afin de proposer des axes d'amélioration. <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Epreuve individuelle : Etude de cas, à partir d'un dossier constitué de documents de synthèse autour d'une entreprise.</p>
<p>Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 30407 - Mise en oeuvre d'un plan d'action de communication</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les points clés dans la construction stratégique d'un plan de communication - Présenter la communication sur différents supports choisis. <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Epreuve individuelle : Au vu des cas d'entreprise exposés dans un dossier de documents et de fichiers annexes, le candidat doit proposer un plan de communication adapté à une problématique qui lui sera posée.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°6 de la fiche n° 30407 - Gestion d'un projet commercial et marketing	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre la méthode et les techniques de conduite de projet - Fixer des objectifs stratégiques et opérationnels, et les décliner en actions, - Animer les réunions des équipes par les techniques d'animation dynamiques. - Estimer et optimiser les coûts et les délais. - Proposer un cadrage du projet en fonction des données de l'étude de faisabilité. - Planifier le projet à partir d'outils et de techniques de gestion (graphe de PERT, diagramme de GANTT) - Identifier les risques et garantir la faisabilité et la sécurité du projet à chacune des étapes. - Dresser le bilan d'un projet à partir d'indicateurs (évaluation intermédiaire et finale). - Proposer des actions/mesures correctives et des axes d'évolution. <p>Modalités d'évaluation : Epreuve individuelle : Conception et présentation d'un projet : Lancement et commercialisation d'un nouveau produit, Présentation orale avec supports à l'appui</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	50% de fomateurs, 50% de professionnels
En contrat d'apprentissage	X	50% de fomateurs, 50% de professionnels
Après un parcours de formation continue	X	50% de fomateurs, 50% de professionnels
En contrat de professionnalisation	X	50% de fomateurs, 50% de professionnels
Par candidature individuelle	X	50% de fomateurs, 50% de professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	50% de fomateurs, 50% de 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 II, sous l'intitulé "Chargé de développement commercial et marketing" avec effet au 27 juin 2007, jusqu'au 29 novembre 2016.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 17 mai 2018 publié au Journal Officiel le 24 mai 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification du nom de l'organisme certificateur : EFIP (Enseignement-formation-insertion-promotion) - INSCAM - Groupe ESCCOT

Arrêté du 09 avril 2018 publié au Journal Officiel du 17 avril 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II, sous l'intitulé "Chargé de développement commercial et marketing" avec effet au 17 avril 2018, jusqu'au 17 avril 2021. Autorité responsable : SOGESTE - Groupe ESCCOT.

Arrêté du 07 avril 2017 publié au Journal Officiel du 21 avril 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour un an, au niveau II, sous l'intitulé "Chargé de développement commercial et marketing" avec effet au 29 novembre 2016, jusqu'au 21 avril 2018.

Pour plus d'informations

Statistiques :

Plus de 540 étudiants ont suivi cette formation depuis 2007.

Taux de réussite, 2016/2017, 95%

<https://www.groupe-esccot.fr>

Autres sources d'information :

Pour toute demande d'information: contact@groupe-esccot.fr

INSCAM Groupe ESCCOT

Lieu(x) de certification :

INSCAM Groupe ESCCOT

29 avenue des Peupliers,

35510 Cesson Sévigné,

France

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

INSCAM Groupe ESCCOT

29 avenue des Peupliers,

35510 Cesson Sévigné,

France

Historique de la certification :

Cette formation existe depuis 2003, dans le cadre d'une autre certification, ce qui nous a permis au total de former plus de 1000 étudiants/alternants.

Ce titre est renouvelé pour la 3ème fois.

Certification précédente : Chargé de développement commercial et marketing