

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 22994**

### Intitulé

Responsable en marketing et développement commercial

#### AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Association groupe ESSEC

#### QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Directeur

### Niveau et/ou domaine d'activité

**II (Nomenclature de 1969)**

**6 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

312p Gestion des échanges commerciaux

**Formacode(s) :**

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

Le responsable marketing et développement commercial exerce sa fonction au sein de petites et moyennes structures ou dans de grandes entreprises

Selon la taille de son entreprise, le responsable marketing et développement commercial assure tout ou partie de la mise en œuvre de la politique marketing et commerciale de sa structure selon des objectifs de rentabilité économique. Responsable d'un service, il organise le travail et coordonne les moyens humains, financiers et logistiques ainsi que la planification des différentes tâches des personnes impliquées dans le développement des projets dont il assure le pilotage.

Acteur du développement marketing et/ou commercial, il agit en véritable partenaire d'affaires et participe pleinement au sein de son organisation à la création de valeur.

Le responsable marketing et développement commercial exerce les grands domaines d'activités suivants :

1. Participation à la définition de la politique marketing et commerciale.
2. Mise en œuvre de la politique marketing et/ou commerciale.
3. Participation à la définition de la stratégie marketing et digital et mise en œuvre.
4. Management de l'équipe.
5. Gestion et pilotage du budget de son unité.

Ces activités, selon la taille de l'entreprise, peuvent s'exercer dans un cadre local (agence ou centre de profit), national ou international, en France ou à l'étranger.

Le (la) titulaire est capable de :

- Organiser le mode de recueil des informations
- Analyser les informations relatives au marché du produit ou du service, à la concurrence et à l'environnement économique, technologique, social et culturel, en France et à l'international
- Identifier les besoins des clients, prospects, des utilisateurs et des prescripteurs
- Réaliser des études
- Définir la structure organisationnelle et les territoires de manière optimale en fonction de la stratégie commerciale
- Définir les attentes et des objectifs précis
- Motiver les commerciaux en fonction de leurs spécificités
- Développer les techniques de négociation et communication dans un but commercial
- Encourager l'atteinte des objectifs en fixant rémunération et système de reconnaissance
- Valider l'atteinte des objectifs et des attentes grâce à un système de suivi, de contrôle et d'évaluation
- Définir et répartir les missions et les rôles de chacun des membres de l'équipe
- Préciser le niveau d'autonomie et de responsabilité de chacun
- Coordonner les activités de chacun des membres de son équipe
- Adapter son mode de management
- Motiver et accompagner individuellement ou collectivement les membres de son équipe
- Analyser les états financiers à l'aide d'outils simples
- Définir les outils de pilotage budgétaire
- Piloter le budget
- Suivre et analyser les données d'activité du service
- Etablir et proposer des axes d'évolution
- Communiquer les informations sur les résultats d'activité, les évolutions

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

L'activité du responsable en marketing et développement commercial s'exerce au sein de toutes structures et de toutes tailles :

- Principalement des entreprises commerciales (BtoC, BtoB et e-commerce),
- Mais aussi des entreprises industrielles,
- Et sociétés de services.

Le responsable peut exercer son activité dans l'ensemble des secteurs d'activités.

Les secteurs d'activités les plus représentés parmi les diplômés des 3 dernières années sont : informatique / télécoms, distribution, pharma/santé, tourisme.

Responsable marketing et commercial dans des petites structures.  
 Dans des grandes structures :  
 Responsable commercial / ou de service commercial.  
 Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel.  
 Coordinateur marketing.  
 Chef de produit / Marketing manager.  
 Chef de projet.  
 Responsable du développement / Responsable du Business Development.  
 Responsable commercial Grands Comptes, Responsable Grands Comptes (Key Account Manager).  
 Responsable/chef de secteur.  
 Responsable des Ventes / Responsable administration des Ventes.  
 Responsable de la relation clientèle / Manager relation client / Responsable Clientèle.

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

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composantes de la certification :**

5 composantes :  
 Participation à la définition de la politique marketing et commerciale  
 Mise en œuvre de la politique marketing et/ou commerciale  
 Participation à la définition de la stratégie marketing et mise en œuvre  
 Management de l'équipe  
 Gestion et pilotage du budget de son unité  
 L'obtention de la certification nécessite réussir les blocs plus rédiger et soutenir un mémoire professionnel en anglais ou en français.  
 Le/la candidat(e) désirant obtenir la certification par la voie de la VAE doit valider les 5 blocs et apporter la preuve qu'il/elle possède les capacités et compétences nécessaires à la production d'un travail écrit solide et à sa présentation orale

**Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 22994 - Participation à la définition de la politique marketing et commerciale	<p><b>Descriptif</b>            Organiser le mode de recueil des informations            Analyser les informations relatives au marché du produit ou du service, à la concurrence et à l'environnement économique, technologique, social et culturel, en France et à l'international            Identifier les besoins des clients, prospects, des utilisateurs et des prescripteurs            Réaliser des études            Analyser les produits et des services            Diagnostiquer la politique marketing et commerciale de l'entreprise            Elaborer un plan marketing opérationnel            Choisir les actions à entreprendre            Identifier les produits / services à rénover            Identifier les nouveaux produits / services à proposer            Fixer les objectifs en fonction des cibles</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b>            Réalisation d'une veille concurrentielle pour un produit et/ou service            Mise en œuvre d'un questionnaire pour une étude de marché qualitative et/ou quantitative en BtoB et en BtoC            Réalisation d'une matrice diagnostic SWOT (strengths weaknesses opportunities threats / forces, faiblesses, opportunités, menaces)            Réalisation d'un marketing mix et d'un plan d'actions</p> <p><b>Validation</b>            Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 22994 - Gestion et pilotage du budget de son unité (Bloc commun avec le bloc n° 4 de la certification Responsable en management opérationnel)</p>	<p><b>Descriptif</b>  Analyser les états financiers à l'aide d'outils simples  Définir les outils de pilotage budgétaire  Piloter le budget  Suivre et analyser les données d'activité du service  Etablir et proposer des axes d'évolution  Communiquer les informations sur les résultats d'activité, les évolutions</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b>  Analyse d'états financiers  Elaboration et déploiement de la mise en place d'un tableau de bord prospectif destiné au pilotage des activités opérationnelles d'une entreprise  Réalisation d'un support écrit de présentation et présentation orale de 10 minutes à partir d'une situation réelle d'entreprise</p> <p><b>Validation</b>  Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat</p>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 22994 - Participation à la définition de la stratégie marketing digital et mise en œuvre</p>	<p><b>Descriptif</b>  Mettre en place une stratégie de veille sur internet  Anticiper la stratégie des concurrents via le digital  Valider et filtrer les sources d'information  Contribuer à l'évolution du business model en y intégrant le e-commerce  Contribuer à la définition d'une stratégie digitale à partir des cibles visées  Gérer et renforcer la visibilité et la lisibilité de l'offre de produits et services sur l'ensemble des canaux digitaux  Mettre en place un parcours client digitalisé  Piloter la relation client à 360°  Utiliser et maîtriser les indicateurs de performance digitale (par exemple Google Analytics)</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b>  Réalisation d'une stratégie digitale BtoB / BtoC avec analyse digitale et concurrentielle du marché, définition de la problématique, stratégie digitale recommandée, positionnement, plan d'actions, budget et planning</p> <p><b>Validation</b>  Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 22994 - Management de l'équipe (Bloc commun avec le bloc n° 3 de la certification Responsable en management opérationnel et le bloc n° 5 de la certification Responsable en contrôle de gestion et gestion financière)</p>	<p><b>Descriptif</b>  Définir et répartir les missions et les rôles de chacun des membres de l'équipe  Préciser le niveau d'autonomie et de responsabilité de chacun  Coordonner les activités de chacun des membres de son équipe  Adapter son mode de management  Motiver et accompagner individuellement ou collectivement les membres de son équipe</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b>  Réalisation d'un diagnostic organisationnel synthétique de l'entreprise avec préconisation d'axes d'amélioration opérationnelle  Analyse d'un dysfonctionnement au sein d'un groupe avec recommandations managériales</p> <p><b>Validation</b>  Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 22994 - Mise en œuvre de la politique marketing et / ou commerciale	<p><b>Descriptif</b></p> <p>Evaluer le portefeuille de produits et de marques            Identifier les moyens à mobiliser (innovation, rénovation)            Décider des actions à entreprendre pour optimiser la gamme            Fixer les prix en fonction des modes de vente            Définir la structure organisationnelle et les territoires de manière optimale en fonction de la stratégie commerciale            Définir les attentes et des objectifs précis            Motiver les commerciaux en fonction de leurs spécificités            Développer les techniques de négociation et communication dans un but commercial            Encourager l'atteinte des objectifs en fixant rémunération et système de reconnaissance            Valider l'atteinte des objectifs et des attentes grâce à un système de suivi, de contrôle et d'évaluation</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b></p> <p>Diagnostic d'une gamme de produits            Fixation d'un prix d'un produit ou d'un service            Réalisation d'un cas en équipe sur la définition d'une stratégie commerciale            Simulation d'entretiens de négociation et rédaction d'un journal (individuel) sur les pratiques de négociation</p> <p><b>Validation</b></p> <p>Ce bloc de compétences fait l'objet d'un certificat</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	
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	2 professionnels en activité du domaine concerné 2 représentants de l'ESSEC
En contrat de professionnalisation	X	2 professionnels en activité du domaine concerné 2 représentants de l'ESSEC
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2008	X	2 professionnels en activité du domaine concerné, 1 représentant employeur, 1 représentant salariés 2 représentants de l'ESSEC

	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 23 février 2007 publié au Journal Officiel du 03 mars 2007 portant enregistrement au Répertoire National des Certifications Professionnelles. Enregistrement pour deux ans, avec effet au 03 mars 2007, jusqu'au 03 mars 2009.

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

**Références autres :**

Arrêté du 30 juillet 2018 publié au Journal Officiel du 07 août 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications

professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable en marketing et développement commercial" avec effet du 27 mai 2018, jusqu'au 07 août 2021.

Arrêté du 6 mai 2015 publié au Journal Officiel du 27 mai 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable en marketing et développement commercial" avec effet au 21 novembre 2014, jusqu'au 27 mai 2018. Autorité responsable : Groupe ESSEC.

Arrêté du 13 novembre 2009 publié au Journal Officiel du 21 novembre 2009 portant enregistrement du titre « Responsable en Gestion », niveau II, au Répertoire National des Certifications Professionnelles pour cinq ans.

Arrêté du 6 juillet 2001 publié au Journal Officiel du 14 juillet 2001 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique sous l'intitulé 'Responsable en gestion'.

Arrêté du 10 janvier 1997 publié au Journal Officiel du 31 janvier 1997 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique sous l'intitulé 'Certificat d'études supérieures en gestion'.

Arrêté du 17 juin 1980 publié au Journal Officiel du 21 août 1980 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique sous l'intitulé 'Titre de spécialité ISSEC'.

### **Pour plus d'informations**

#### **Statistiques :**

entre 35 et 50 titulaires par an

#### **Autres sources d'information :**

Tél : +33 (0)1 46 92 49 00

Groupe ESSEC

#### **Lieu(x) de certification :**

Association groupe ESSEC : Île-de-France - Hauts-de-Seine ( 92) [Paris - La Défense]

Groupe ESSEC

3 Avenue Bernard Hirsch

CS 50105

95021 Cergy Pontoise Cedex

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

•ESSEC Executive Education - 2, place de la Défense - BP 230 - 92053 Paris La Défense Cedex

•Guadeloupe

Chambre de Commerce et d'Industrie de Point à Pitre - Rue Félix Eboué - 97110 POINTE A PITRE

•Martinique

MC2 - 22 Résidence les palmiers - 97215 RIVIERE SALEE

#### **Historique de la certification :**