

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28159**

Intitulé

Responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

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

Institut de formation commerciale permanente (IFOCOP) Directeur Général

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312n Etudes de marchés et projets commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le/la "Responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal " a en charge la définition des stratégies marketing et commerciales d'une PME/PMI sur les marchés nationaux et étrangers, ainsi que la mise en œuvre de ces dernières dans un objectif de rentabilité économique et de développement des activités.

Ses activités sont:

Analyser le marché, concevoir une stratégie et un plan marketing

Concevoir et faire évoluer l'offre dans une démarche omnicanal

Manager des équipes / des prestataires, accompagner la transformation digitale

Interpréter les données pour planifier et piloter son activité

Le titulaire est capable de:

- Analyser le marché
- Mettre en place la stratégie marketing
- Concevoir l'offre en fonction de la stratégie retenue
- Mettre en œuvre le mix marketing, faire évoluer l'offre en fonction du contexte
- Concevoir la démarche omnicanale de l'entreprise
- Définir un plan d'action commerciale
- Manager et encadrer des équipes
- Manager et encadrer des prestataires
- Communiquer avec les équipes et les prestataires
- Accompagner la transformation digitale
- Manager et encadrer des équipes
- Manager et encadrer des prestataires
- Communiquer avec les équipes et les prestataires
- Accompagner la transformation digitale
- Analyser et interpréter des données
- Gérer l'activité, suivre les tableaux de bord
- Concevoir un business plan

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

Les emplois sont exercées majoritairement dans des PME/PMI et les ETI, tous secteurs d'activités confondus et notamment le digital Responsable marketing/e-marketing. Responsable développement commercial. Responsable stratégie marketing/commerciale. Chef de produit. Chef de projet.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

M1302 : Direction de petite ou moyenne entreprise

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification est composée de 4 blocs de compétences décrits ci-après.

Chaque bloc de compétences est évalué en vue de la délivrance d'une certification partielle du titre.

Bloc 1 : analyser le marché, concevoir une stratégie et un plan marketing

Bloc 2 : concevoir et faire évoluer l'offre dans une démarche omnicanal

Bloc 3 : manager des équipes / des prestataires, accompagner la transformation digitale

Bloc 4 : interpréter les données pour planifier et piloter son activité

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 28159 - Concevoir et faire évoluer l'offre dans une démarche omnicanal</p>	<p>Descriptif : Adapter le plan marketing en définissant la politique de prix dans le portefeuille de produits et le circuit de commercialisation adapté. Construire un plan media et hors media pertinent et efficace au regard du marché et de la cible et créer des outils/supports de communication adaptés. Choisir et utiliser les différents supports digitaux adaptés à l'entreprise et à sa stratégie. Suivre et analyser la fréquentation du site. Définir les indicateurs de mesure et de performance (KPI). Calculer le retour sur investissement (ROI). Construire et gérer des campagnes de marketing direct on line et off line en sélectionnant les supports les plus adaptés à la cible et aux budgets alloués.</p> <p>Modalités d'évaluation : à partir d'une situation d'entreprise décrite et ses annexes, le candidat réalise un plan marketing et le décline dans le cadre du mix en tenant compte du budget alloué et d'une démarche omnicanal. Il justifie tous ses choix et décisions. Le candidat construit un plan d'actions commerciales en budgétant les actions envisagées et en évaluant les objectifs à atteindre.</p> <p>Sanction : la réussite à l'épreuve de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 2 - validité 5 ans.</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 28159 - Manager des équipes/des prestataires, accompagner la transformation digitale</p>	<p>Descriptif : Identifier les profils des collaborateurs et adapter les pratiques managériales à l'équipe, l'objectif, les contraintes. Evaluer le climat social et les points de tension. Organiser, planifier les tâches, définir les fonctions, rôles, responsabilités et mener un projet dans le cadre du changement de stratégie de l'entreprise. Définir et gérer les priorités. Structurer un discours face à un groupe ou un collaborateur, argumenter et convaincre. Communiquer clairement en utilisant des supports adaptés.</p> <p>Modalités d'évaluation : à partir d'une situation d'entreprise, le candidat analyse le contexte humain d'un département et en fonction d'un objectif prioritaire demandé (commercial, réorganisation), propose et met en oeuvre les moyens pour atteindre l'objectif. L'analyse doit présenter dans un plan structuré les actions préconisées, les étapes et les acteurs.</p> <p>Sanction : la réussite à l'épreuve de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 3 - validité 5 ans.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 28159 - Analyser le marché, concevoir une stratégie et un plan marketing</p>	<p>Descriptif : Mettre en place un système de veille et d'analyse des données. Utiliser les outils pour analyser le macro et le micro environnement de l'entreprise. Evaluer les forces, faiblesses, opportunités, menaces internes et externes à l'entreprise et construire une matrice. Bâtir et tester des questionnaires, tenant compte de la cible, de l'information nécessaire à l'entreprise. Comprendre et mesurer les besoins, les motivations et les freins, les habitudes, les cycles et tendances, le processus d'achat. Définir les segments cibles, les quantifier. Evaluer l'offre de l'entreprise en termes d'attractivité sur ces segments. Evaluer à partir d'analyses externe et interne la situation marketing de l'entreprise et les scénarios envisageables. Traduire la stratégie retenue en programme d'actions sur les leviers du mix marketing.</p> <p>Modalités d'évaluation : à partir d'une situation d'entreprise décrite et ses annexes, le candidat réalise une étude de marché. Le candidat prévoit les axes stratégiques de conquête de marché et apporte des recommandations en pertinence avec la stratégie de l'entreprise.</p> <p>Sanction : la réussite à l'épreuve de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 1 - validité 5 ans.</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 28159 - Interpréter les données pour planifier et piloter son activité</p>	<p>Descriptif : Analyser et prévoir l'évolution de l'activité et du marché à partir des données recueillies. Construire des tableaux de bord à l'aide d'un tableur afin de piloter l'activité. Choisir les ratios pertinents pour analyser la situation financière et les interpréter. Calculer le fond de roulement, le besoin en fonds de roulement, la trésorerie, la capacité d'autofinancement. Déterminer un seuil de rentabilité, mesurer le retour sur investissement. Etablir des budgets, suivre les réalisations, analyser les écarts.</p> <p>Modalités d'évaluation : à partir des éléments comptables d'une société, le candidat présente une analyse financière en calculant les soldes intermédiaires de gestion, les ratios et les indicateurs pertinents. Cette analyse fait l'objet d'un diagnostic de situation économique, de propositions relatives aux objectifs de l'entreprise dans le cadre du lancement d'une nouvelle activité.</p> <p>Sanction : la réussite à l'épreuve de validation permet la délivrance d'une certification du bloc 4 - validité 5 ans.</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI/NON	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	1 membre de l'institut 2 professionnels exerçant dans la fonction ou expert
En contrat de professionnalisation	X	1 membre de l'institut 2 professionnels exerçant dans la fonction ou expert
Par candidature individuelle	X	

Par expérience dispositif VAE prévu en 2005	X	1 membre de l'institut 2 professionnels exerçant dans la fonction ou expert
---------------------------------------------	---	--------------------------------------------------------------------------------

	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 avril 2017 publié au Journal Officiel du 21 avril 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal" avec effet au 14 avril 2017, jusqu'au 21 avril 2019.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 5 avril 2012 publié au Journal Officiel du 14 avril 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de l'analyse et du développement stratégiques des marchés" avec effet au 06 juillet 2010 jusqu'au 14 avril 2017.

Arrêté du 1er juillet 2008 publié au Journal Officiel du 06 juillet 2008 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de l'analyse et du développement stratégiques des marchés" avec effet au 06 juillet 2008, jusqu'au 06 juillet 2010.

Pour plus d'informations

Statistiques :

Environ 20 titulaires de la certification par an

Autres sources d'information :

information@ifocop.fr

www.ifocop.fr

Lieu(x) de certification :

Siège social IFOCOP, 3 rue du Caducée - 94516 RUNGIS CEDEX

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

IFOCOP, 39 rue Saint Sébastien - 75011 Paris

IFOCOP, 3 rue du Caducée - 94516 Rungis Cedex

OPENCLASSROOMS - 7 Cité Paradis - 75010 Paris

Historique de la certification :

Certification précédente : Responsable de l'analyse et du développement stratégiques des marchés