

IFOCOP

REFERENTIELS RESPONSABLE DE LA STRATEGIE MARKETING ET DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL OMNICAL

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« *Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis.* »

BLOC 1 : ELABORER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><u>Situations de travail</u></p> <p>Les activités du bloc 1 relèvent de fonctions d'étude, élaboration et montage de projet. Le poste implique analyse et décisions stratégiques, concernant le développement des produits / marques / clientèle. Il confère au/ à la responsable de la stratégie marketing et du développement commercial un niveau d'autonomie important ainsi qu'un haut niveau de responsabilités.</p> <p>Il/elle est souvent en liaison étroite avec la Direction Générale dans les PME/PMI et les diverses directions dans les entreprises de taille plus importante.</p> <p>Suivant la taille de l'entreprise, le/ la responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal aura en charge tout ou partie des directions marketing, commerciale et communication.</p> <p><u>Métiers ou emplois visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable marketing et management commercial • Responsable marketing et communication • Responsable commercial et marketing • Chef de projet marketing • Community manager • Responsable de communication digitale • Chargé(e) de communication digitale 			

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
ELABORATION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION ET MARKETING	<p>Analyser le marché et ses opportunités</p> <p>Identifier sa(ses) cible(s)</p> <p>Définir le message</p> <p>Etablir un plan de communication</p>	<p><u>Voie d'accès : formation</u></p> <p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée en individuel durant 3h30.</p> <p>Elle porte sur l'élaboration d'une stratégie de communication et marketing.</p> <p><u>Voie d'accès : VAE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration du dossier de validation - Entretien avec un jury composé de deux professionnels dans le domaine concerné et d'un représentant de l'Ifocop. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La stratégie est construite à court, moyen et long terme. ✓ Un benchmarking est effectué auprès de 3 entreprises concurrentes. ✓ Les éléments du marketing mix sont tous étudiés : product, price, promotion, place. ✓ Le candidat intègre des techniques de la e-publicité pour élaborer le message souhaité. ✓ Tous les éléments constitutifs du plan de communication sont présents : contexte, cibles, objectifs de communication, type de message pour chaque cible, plan d'actions et de suivi, évaluation.

BLOC 2 : MANAGER LES EQUIPES

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><u>Situations de travail</u></p> <p>Les compétences du bloc n°2 relèvent d'une fonction managériale.</p> <p>Le responsable de la stratégie marketing et du développement commercial sera amené à les réaliser ou à y participer quelle que soit sa position et son statut dans l'entreprise, la taille et l'organisation de la structure (indépendant, chaîne, groupe...) avec la présence ou non des fonctions supports siège.</p> <p>Son poste lui confère un niveau d'autonomie important ainsi qu'un haut niveau de responsabilités.</p> <p>Il/elle est souvent en liaison étroite avec la Direction Générale dans les PME/PMI et les diverses directions dans les entreprises de taille plus importante.</p> <p><u>Métiers ou emplois visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable marketing et management commercial • Responsable marketing et communication • Responsable marketing produit • Responsable marketing opérationnel • Responsable commercial et marketing • Chef de projet marketing • Responsable de communication digitale • Adjoint de direction en hôtellerie restauration • Manager de restaurant • Directeur d'hôtel • Responsable ressources humaines • Responsable logistique 			✓

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
ORGANISATION ET ANIMATION DES EQUIPES	<p>Analyser les besoins de compétences et établir les fiches de postes</p> <p>Organiser les services et la répartition des tâches</p> <p>Participer à l'intégration et à la formation des collaborateurs tout au long de leur parcours dans l'entreprise</p> <p>Évaluer la performance individuelle et collective</p> <p>Communiquer efficacement avec les équipes en transversal et hiérarchique</p> <p>Actionner des leviers de motivation en adéquation avec le contexte, l'environnement et les collaborateurs</p>	<p><u>Voie d'accès : formation</u></p> <p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée individuellement, lors d'une soutenance orale, durant 30 minutes.</p> <p>Les notes sont autorisées.</p> <p>Elles portent sur l'utilisation des techniques et outils adaptés en termes de management des équipes et en fonction d'une situation de management à traiter.</p> <p><u>Voie d'accès : VAE</u></p> <p>- Elaboration du dossier de validation</p> <p>- Entretien avec un jury composé de deux professionnels dans le domaine concerné et d'un représentant de l'Ifocop.</p>	<p>En fonction de la situation de management à traiter par le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les tâches à effectuer et les compétences associées sont clairement définies et planifiées de façon opérationnelle ✓ Les méthodes et outils de communication sont adaptés à la situation de management à traiter ✓ La conduite de l'entretien est structurée ✓ Le style de management choisi est adapté à la situation et aux interlocuteurs

BLOC 3 : DEPLOYER L'ACTIVITE COMMERCIALE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><u>Situations de travail</u></p> <p>Les compétences de ce bloc relèvent de fonction d'organisation et suivi de l'activité.</p> <p>Suivant la taille de l'entreprise, le/ la responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal aura en charge tout ou partie du pilotage de l'activité.</p> <p>Son poste lui confère un niveau d'autonomie important ainsi qu'un haut niveau de responsabilités.</p> <p>Il/elle est souvent en liaison étroite avec la Direction Générale dans les PME/PMI et les diverses directions dans les entreprises de taille plus importante.</p> <p><u>Métiers ou emplois visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable marketing et management commercial • Responsable marketing et communication • Responsable commercial et marketing • Chef de projet marketing • Responsable marketing produit • Responsable marketing opérationnel • Responsable de développement commercial 			

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
ELABORATION D'UN PLAN D'ACTION COMMERCIALE	<p>Définir la politique tarifaire, déterminer les conditions de vente, décider les accords commerciaux</p> <p>Implanter le merchandising et la promotion des ventes</p> <p>Construire et gérer des campagnes de marketing direct on line et off line</p>	<p><u>Voie d'accès : formation</u></p> <p>Evaluation commune à l'ensemble du bloc</p> <p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Réalisée individuellement, à l'écrit, durant 3h30.</p> <p>A partir d'une situation d'entreprise, de choix marketing définis par la direction, des budgets alloués donnés dans le cas, le candidat construit et met en œuvre un plan d'action commerciale.</p> <p><u>Voie d'accès : VAE</u></p> <p>- Elaboration du dossier de validation</p> <p>- Entretien avec un jury composé de deux professionnels dans le domaine concerné et d'un représentant de l'Ifocop.</p>	<p>Le plan d'action commerciale définit :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les marchés ✓ Les secteurs géographiques ✓ L'équipe commerciale (profil) ✓ Les circuits canaux de distribution ✓ Les aides à la vente et les outils de prospection, fidélisation, CRM ✓ La politique tarifaire et les accords commerciaux ✓ Les supports de communication (plaquettes, PLV...) ✓ Le budget prévisionnel

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN D'ACTION COMMERCIALE	Planifier les actions Définir les indicateurs de performance Définir les modalités de suivi	<p><u>Voie d'accès : formation</u></p> <p>Mise en situation professionnelle Réalisée individuellement, à l'écrit, durant 3h30.</p> <p>A partir d'une situation d'entreprise, de choix marketing définis par la direction, des budgets alloués donnés dans le cas, le candidat construit et met en œuvre un plan d'action commerciale.</p> <p><u>Voie d'accès : VAE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration du dossier de validation - Entretien avec un jury composé de deux professionnels dans le domaine concerné et d'un représentant de l'Ifocop. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le plan d'action commerciale définit les indicateurs de performance et les modalités de suivi. ✓ Les actions sont planifiées et ordonnancées.

BLOC 4 : EVALUER LA PERFORMANCE DE LA STRATEGIE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><u>Situations de travail</u></p> <p>Les activités du bloc 4 relèvent d'une fonction de pilotage de la qualité. Le responsable de la stratégie marketing et du développement commercial sera amené à les réaliser quelle que soit sa position et son statut, la taille, le secteur et l'organisation de la structure. Suivant la taille de la structure, le/ la "Responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal" aura en charge tout ou partie de l'évaluation de la performance.</p> <p>Son poste lui confère un niveau d'autonomie important ainsi qu'un haut niveau de responsabilités.</p> <p>Il/elle est souvent en liaison étroite avec la Direction Générale dans les PME/PMI et les diverses directions dans les entreprises de taille plus importante.</p> <p><u>Métiers ou emplois visés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable marketing et management commercial • Responsable marketing et communication • Responsable commercial et marketing • Chef de projet marketing • Responsable e/m commerce • Community manager • Responsable de communication digitale • Acheteur 			

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> • Chef de produit/ de projet • Responsable qualité • Contrôleur de gestion • Responsable logistique • Responsable d'un centre de profit • Community manager • Chargé de projet web • Social media manager • Digital manager 			

