

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 9842**

Intitulé

Responsable commercial et marketing

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Conservatoire national des arts et métiers (CNAM)

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

Administrateur Général

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 commercial et marketing contribue à la définition et au déploiement de la politique commerciale et marketing de l'entreprise.

Il met en œuvre, sous l'autorité de la Direction Commerciale et pour son périmètre de responsabilité, des actions commerciales et marketing en cohérence avec cette politique dans le but d'atteindre les objectifs qui lui sont fixés. Ces objectifs peuvent être quantitatifs (développement de parts de marché, rentabilité...) et qualitatifs (satisfaction clientèle, adaptation de l'offre de l'entreprise au marché dans le cadre défini par sa direction, veille...). Cadre intermédiaire, il est le trait d'union et le relai entre sa direction et les équipes commerciales ou marketing de l'entreprise ou de ses partenaires : la force de vente, les équipes marketing, les acteurs du réseau de distribution...

Le Responsable commercial et marketing œuvre essentiellement en tant que cadre opérationnel. Il peut exercer ses fonctions sur un périmètre de clientèle, un type de produit, une zone géographique ou un canal de distribution spécifique incluant le e-commerce, ou par la responsabilité d'un centre de profit (point de vente, centre d'appel, magasin ou département notamment dans le secteur des GMS et GSS..) ou d'un service (marketing, vente, clientèle...). Il peut également dans certains cas œuvrer sans subordonnés mais bénéficier d'un statut de cadre en raison de la technicité et de la complexité des affaires traitées. On le retrouvera également en charge de l'ensemble des missions commerciales et marketing dans le cadre de TPE ou de PME.

Dans ce cadre de ses activités, il déploie des compétences appropriées :

1. Déclinaison et mise en œuvre la politique commerciale définie par la direction : dans le cadre de la stratégie définie par la Direction et sous son autorité, il fixe les objectifs pour son équipe et délimite les moyens nécessaires devant permettre de les atteindre. Il peut être amené à épauler sa force de vente ou ses partenaires de distribution dans le cadre de négociations complexes ou d'action locales, être en charge du suivi de clients à fort enjeu. Il a une fonction de veille, d'analyse et de remontée d'informations commerciales (provenant notamment du terrain) devant permettre à l'entreprise de s'adapter en permanence aux évolutions de la clientèle et de la concurrence, et idéalement de les anticiper.

2. Déclinaison et mise en œuvre de la politique marketing : dans le cadre de la stratégie marketing définie par la Direction et sous son autorité, il met en œuvre pour son périmètre de responsabilité, par lui-même, via les équipes commerciales et marketing de l'entreprise ou bien des partenaires externes, des analyses du marché et de la clientèle permettant notamment d'optimiser le positionnement de l'offre (produit ou service), de le faire évoluer, de dynamiser la politique promotionnelle (prix et communication) de distribution (multi-canal, e-commerce...). Il cherche ainsi, en connaissant mieux son marché et sa clientèle, à identifier de nouvelles perspectives de développement sur de nouveaux marchés profitables (par exemple au niveau international...). Il contribue à mettre en adéquation l'offre de l'entreprise avec l'évolution de son environnement et constitue une force de proposition pour la direction.

3. Gestion et contractualisation des éléments financiers, budgétaires et juridiques : il dispose de budgets mis à sa disposition par la direction pour une période donnée. Il en assure la gestion et en fait l'usage le plus pertinent pour le meilleur fonctionnement de son entité. Il utilise voire conçoit les outils lui permettant d'en suivre la bonne exécution (tableaux de bord, tableaux de contrôle interne...). Il veille par ailleurs à l'évolution de la qualité financière des clients et prospects de l'entreprise dans un souci de prévention des impayés. Il est amené à proposer ou prendre des mesures visant à réduire l'exposition de l'entreprise à ce risque (1ère cause de défaillance des entreprises en France). Il sensibilise ses équipes au respect des délais de paiement. Il veille au bon respect des règles de droit qui s'appliquent dans le cadre de son activité et notamment à la bonne application des conditions générales de vente de l'entreprise.

4. Management d'équipe : il encadre et anime son équipe de vente ou marketing. Il constitue un point d'appui et de soutien technique mais est également facteur de mobilisation en créant une dynamique au sein de l'équipe qu'il dirige. Il participe au processus de formation ainsi qu'au recrutement de nouveaux collaborateurs. Ses connaissances en matière de droit social et de droit du travail lui permettent de gérer les évolutions ou les éventuels conflits pouvant naître à l'occasion des contrats de travail.

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

Le responsable commercial et marketing exerce dans tout type d'entreprise évoluant dans le secteur concurrentiel (commerce, industrie, services) et aussi dans certaines entreprises (ou établissements) publiques. Les fonctions commerciales et marketing sont considérées comme stratégiques et centrales.

Le responsable commercial œuvre généralement sur des périmètres réduits ou spécialisés quand il travaille au niveau national pour de grandes entreprises (par exemple, chef de produit, animateur du réseau de distribution, chef de projet marketing). En situation de responsabilité d'un centre de profits local au sein des grandes entreprises (points de vente, agence commerciale, service clientèle, centre d'appel par exemple), ou pour des PME et TPE, il peut exercer l'ensemble des compétences commerciales et marketing.

Le Responsable commercial et marketing peut occuper des emplois à fonction commerciale tels que :

- o Responsable commercial
- o Chef de secteur,
- o Chef de marché,
- o Chargé d'affaires,
- o Chargé de développement
- o Ingénieur commercial,
- o Responsable clientèle,
- o Responsable de point de vente ou de centre de profit,
- o Chef des ventes,
- o Responsable des ventes « indirectes » (vente par le biais de partenaires -édition, construction-opérateur télécom...) ou du réseau multicanal

et/ou des emplois à fonction marketing tels que :

- o Responsable marketing
- o Responsable « trade-marketing »,
- o Responsable merchandising
- o Chef de produit,
- o Attaché de direction marketing
- o Chef de projet marketing

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

M1706 : Promotion des ventes

M1704 : Management relation clientèle

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification est constituée des quatre blocs ci-dessous.

Chaque bloc peut être acquis indépendamment et l'obtention de l'ensemble des blocs permet la délivrance de la totalité de la certification.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 9842 - Déclinaison et mise en œuvre de la politique commerciale définie par la direction</p>	<p>Compétences évaluées :</p> <p>C1. Traduire des objectifs généraux en objectifs quantifiés et qualifiés par produit/service, par marché, par canal de distribution ou par territoire.</p> <p>C2. Mettre en place des indicateurs permettant de mesurer la position concurrentielle de l'entreprise sur son marché acquis et ses clients potentiels.</p> <p>C3. Développer l'efficacité des réseaux de distribution en intégrant la multi-canalité, les NTIC et la dimension internationale.</p> <p>C4. Détecter, comprendre, proposer et négocier des solutions répondant aux attentes du client en situation concurrentielle.</p> <p>C5. Gérer les relations clients dans le cadre de la politique définie par la direction de l'entreprise.</p> <p>C6. Agir de façon cohérente et transparente avec sa hiérarchie, en veillant notamment à rendre compte de façon factuelle et adaptée de la progression de l'action vers les objectifs ; de traduire les directives et règles de l'entreprise, notamment en ce qui concerne l'organisation hiérarchique, la politique de qualité et de sécurité ; communiquer avec la hiérarchie de façon claire, organisée et synthétique, que ce soit à l'écrit ou à l'oral.</p> <p>Modalités d'évaluations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travaux en groupes s'exerçant sur une entreprise en activité. Ils comportent la rédaction d'un dossier et une présentation collective devant jury (en langue anglaise pour C3) - Soutenance individuelle sous forme de simulation d'entretien devant jury.

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 9842 - Déclinaison et mise en œuvre de la politique marketing	<p>Compétences évaluées :</p> <p>C1. Participer, par ses retours d'information, ses analyses et ses réflexions, à des phases de l'élaboration de la politique marketing de l'entreprise.</p> <p>C2. Organiser (ou contribuer à l'organisation) de processus de veille et d'évaluation des marchés.</p> <p>Modalités d'évaluations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travaux en groupes s'exerçant sur une entreprise en activité. Ils comportent la rédaction d'un dossier et une présentation collective devant jury. (Rapport écrit de 30 pages environ et une présentation collective de 15mn) - Soutenance individuelle sous forme de simulation d'entretien devant jury.
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 9842 - Gestion et contractualisation des éléments financiers, budgétaires et juridiques	<p>Compétences évaluées :</p> <p>C1. Utiliser les outils de l'analyse du résultat comptable et appliquer les fondamentaux de la comptabilité et de l'analyse financière appliqués aux activités commerciales.</p> <p>C2. Agir pour optimiser la gestion du risque client (comptable et juridique).</p> <p>Modalités d'évaluations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travaux en groupes s'exerçant sur une entreprise en activité. Ils comportent la rédaction d'un dossier et une présentation collective devant jury. (Rapport écrit de 30 pages environ et une présentation collective de 15mn) - Soutenance individuelle sous forme de simulation d'entretien devant jury. - Travaux individuels écrit sur études de cas
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 9842 - Management d'équipes	<p>Compétences évaluées :</p> <p>C1. Adapter les directives de l'entreprise (objectifs et stratégie) aux contraintes opérationnelles en terme d'objectifs commerciaux et de moyens d'action.</p> <p>C2. Encadrer, organiser et mobiliser l'équipe dans le cadre de la délégation confiée et dans le respect de la politique RH de l'entreprise.</p> <p>C3. Agir sur les leviers de la performance commerciale</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travail individuel d'évaluation des moyens et des objectifs du plan d'actions et des actions managériales pour le conduire. Ce travail s'exerce sur une entreprise en activité (et non sur un cas d'étude). Il s'inscrit dans le cadre d'un « projet » qui fait l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance devant jury.

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	<ul style="list-style-type: none"> - L'administrateur général du Cnam ou son représentant, - Un ou deux enseignants responsables dont le responsable pédagogique du titre, - Deux représentants qualifiés des professions concernées par le titre.
Après un parcours de formation continue	X	Idem

En contrat de professionnalisation	X		idem
Par candidature individuelle		X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X		- L'administrateur général du Cnam ou son représentant, - Un ou deux enseignants responsables dont le responsable pédagogique du titre, - Deux représentants qualifiés des professions concernées par le titre.

	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 décembre 2006 publié au Journal Officiel du 14 janvier 2007 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 8 décembre 2017 publié au Journal Officiel du 21 décembre 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable commercial et marketing" avec effet au 09 août 2017, jusqu'au 21 décembre 2019.

Arrêté du 29 juillet 2014 publié au Journal Officiel du 09 août 2014 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable commercial et marketing" avec effet au 22 juillet 2014, jusqu'au 09 août 2017.

Arrêté du 12 juillet 2010 publié au Journal Officiel du 22 juillet 2010 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau II, sous l'intitulé Responsable commercial et marketing, avec effet au 22 juillet 2010, jusqu'au 22 juillet 2014.

Décret n° 2004-171 du 19 février 2004 modifiant le décret n° 2002-616 du 26 avril 2002 relatif au répertoire national des certifications professionnelles (publié au Journal Officiel du 22 février 2004). La validité du titre est prorogée jusqu'au 31 décembre 2005.

Arrêté du 8 avril 1981 publié au Journal Officiel du 10 avril 1981 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique : au titre des homologations de droit. Intitulé : Diplôme de l'institut national de formation des cadres supérieurs de la vente du Conservatoire national des arts et métiers (fiche incomplète).

Pour plus d'informations

Statistiques :

150 certifiés/an

http://formation.cnam.fr/xpole.php?p_pole=p1

Autres sources d'information :

<http://www.cnam.fr>

Lieu(x) de certification :

CNAM

292, rue Saint-Martin

75003 Paris

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

La certification est accessible dans les centres Cnam en région suivants :

- Alsace
- Aquitaine
- Champagne Ardennes
- Guadeloupe
- Ile de France
- Paris
- Lorraine
- Midi-Pyrénées
- Nord pas de Calais
- Pays de la Loire
- Picardie

- Poitou Charentes
- Provence Alpes Côte d'Azur
- Rhône-Alpes

Historique de la certification :

Créée en 1981 sous l'intitulé Diplôme de l'institut national de formation des cadres supérieurs de la vente du Conservatoire national des arts et métiers.

Certification précédente : Responsable commercial en vente ou en mercatique