

Responsable en Développement Marketing et Vente

Référentiel de certification

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
Bloc 1 : Elaborer une stratégie commerciale d'entreprise			
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse de l'environnement de l'entreprise - Réalisation d'une étude concurrentielle - Réalisation d'un diagnostic interne et externe de l'entreprise - Elaboration de la stratégie de développement commercial 	<p>C1 : Analyser l'environnement de l'entreprise, en identifiant l'ensemble des parties prenantes, afin de repérer les enjeux et évolutions stratégiques impactant l'activité de l'entreprise</p>	<p>Evaluation par le biais d'une étude de cas basée sur un cas réel d'entreprise. Le candidat est amené à identifier et à répondre à une problématique posée par une entreprise.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du candidat à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser un ensemble de données relatives à l'environnement externe de l'entreprise et synthétiser les informations 	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des parties prenantes de l'entreprise, description de ces parties prenantes et analyse des liens entre les parties prenantes et l'entreprise - Identification des évolutions impactant l'entreprise (sociétales, technologiques, environnementales, juridiques, économiques...)
	<p>C2 : Réaliser une étude concurrentielle, à partir d'un benchmark réalisé, afin de positionner les produits/services de l'entreprise par rapport à l'offre des entreprises concurrentes</p>	<p>Evaluation par le biais d'une étude de cas basée sur un cas réel d'entreprise. Le candidat est amené à identifier et à répondre à une problématique posée par une entreprise.</p> <p>L'objectif est d'évaluer la capacité du candidat à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser un benchmark des entreprises concurrentes 	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des entreprises concurrentes - Description des entreprises concurrentes (stratégie, activités, cibles...) - Identification des forces, faiblesses, opportunités et menaces sur l'offre de l'entreprise par rapport à celle des entreprises concurrentes.

C3 : Réaliser un diagnostic interne et externe de l'entreprise, à partir de l'analyse de marché réalisée, afin d'élaborer la stratégie de développement commercial des produits/services de l'entreprise

- Analyser les données des entreprises concurrentes sur les produits / services proposés et les mettre en rapport avec les données de l'entreprise

Evaluation par le biais d'une étude de cas basée sur un cas réel d'entreprise.

Le candidat est amené à identifier et à répondre à une problématique posée par une entreprise.

L'objectif est d'évaluer la capacité du candidat à :

- Formuler des préconisations de développement commercial de l'entreprise

Evaluation des points suivants :

- Analyse du contexte commercial et stratégique de l'entreprise
- Identification claire et correcte de la problématique, des enjeux et opportunités commerciales soulevés par le cas proposé
- Structuration du plan d'actions et pertinence par rapport aux orientations générales de l'entreprise

Bloc 2 : Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de marketing et communication

<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'un diagnostic marketing - Positionnement de la marque de l'entreprise - Définition du plan de communication - Conception des outils de communication 	<p>C4 : Réaliser un diagnostic marketing, à travers des études marketing, afin de proposer une stratégie marketing cohérente par rapport aux orientations de l'entreprise</p>	<p>Evaluation par le biais d'une étude de cas basée sur un cas réel d'entreprise. Le candidat est amené à identifier et à répondre à une problématique posée par une entreprise. L'objectif est d'évaluer la capacité du candidat à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer une stratégie marketing cohérente et réaliste par rapport aux orientations de l'entreprise et à ses contraintes - Etudier et analyser le comportement du consommateur à partir d'éléments issus d'enquêtes terrain 	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maitrise des outils de diagnostic marketing, choix des outils adaptés - Etudes marketing sur le plan quantitatif (enquêtes) et qualitatif (entretiens qualitatifs via animation de focus groupes) - Respect de la méthodologie de recherche marketing - Rédaction des conclusions de la recherche marketing selon l'analyse des résultats - Stratégie cohérente et réaliste par rapport au contexte, à la stratégie générale de l'entreprise et aux moyens dont elle dispose, avec des préconisations sur le moyen et le long-terme - Mesure des impacts d'actions et de plans marketings antérieurs - Qualité de l'argumentation
	<p>C5 : Analyser les positionnements de marques, de prestations et de produits sur les marchés ainsi que l'image de marque de l'entreprise et son niveau de notoriété, afin de positionner la marque de l'entreprise sur le marché</p>	<p>Evaluation par le biais d'une étude de cas basée sur un cas réel d'entreprise. L'objectif est d'évaluer la capacité du candidat à :</p>	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification de l'image de marque de l'entreprise - Mesure de la notoriété de la marque de l'entreprise

	<p>C6 : Elaborer un plan de communication, à partir d'une stratégie marketing et d'objectifs de commercialisation de produits et services, afin de définir des actions et des dispositifs de communication assurant la promotion des produits / services de l'entreprise</p> <p>C7 : Concevoir des outils de communication e-marketing, en s'appuyant sur un cahier des charges défini, afin de développer et d'animer des campagnes de communication marketing sur les supports digitaux (Internet, mobile, réseaux sociaux, email...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser un ensemble de données relatives au positionnement de marque en externe et en interne, et synthétiser les informations <p>Evaluation par le biais d'une étude de cas. A partir d'un cas concret, le candidat est amené à étudier diverses actions de communication, à les analyser et à recommander le dispositif le plus adapté à la situation de l'entreprise.</p> <p>A partir d'une thématique choisie, le candidat élabore un site Internet destiné à développer des ventes de produits ou services. Tout au long de ce travail, le candidat réalise un dossier de présentation de la stratégie</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etude de positionnement des marques concurrentes (cible, valeurs, objectifs...) <p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participation à la conception de dispositifs de communication média et hors média (accompagnement des services artistiques à l'élaboration de supports et de visuels de communication, à la réalisation des campagnes de communication, mise en place d'affiches, supports de PLV, stands ...) - Réalisation d'un brief création - Mesure et analyse du degré d'efficacité des actions de communication antérieures <p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification et exploitation des leviers du marketing digital et du web marketing - Structuration de la rédaction du rapport, incluant un cahier des charges précis
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>communication et marketing digitale mise en place. L'évaluation porte sur l'évaluation orale du projet et le rapport écrit justifiant la stratégie digitale mise en œuvre.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Qualité de la conception du site Internet et de ses fonctionnalités- Respect de l'ordonnancement des tâches et des délais- Qualité du contenu visuel et rédactionnel- Optimisation du référencement naturel (SEO) et payant (SEM) d'un site- Animation des réseaux sociaux en cohérence avec la stratégie marketing
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Bloc 3 : Assurer la gestion d'une unité commerciale

<ul style="list-style-type: none">- Définition des budgets prévisionnels- Mise en place d'outils de suivi budgétaires- Gestion juridique du personnel	<p>C8 : Etablir des budgets prévisionnels d'opérations commerciales, en utilisant les outils d'analyse, afin d'anticiper la mise en place d'opérations et de valider leur faisabilité</p> <p>C9 : Définir des outils de suivi budgétaire, afin d'assurer, sur les bases de l'étude des ventes réalisées, le suivi de la trésorerie et de l'exploitation</p>	<p>Evaluation par le biais d'études de cas composées de plusieurs cas pratiques.</p> <p>Le candidat est évalué sur sa maîtrise des outils d'analyse et leur utilisation, et sa capacité à proposer des solutions pertinentes dans des contextes donnés.</p> <p>Evaluation par le biais d'études de cas composées de plusieurs cas pratiques.</p> <p>Le candidat est évalué sur sa maîtrise des outils de suivi budgétaires et l'étude des ventes réalisées</p>	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">- Pertinence et qualité de l'analyse qualitative et quantitative- Evaluation des risques encourus par l'entreprise (financiers, sociaux, techniques, etc.)- Maitrise des outils d'analyse et de leur utilisation à bon escient- Cohérence et justesse du prévisionnel financier réalisé par rapport à la stratégie, au contexte et aux objectifs de l'entreprise <p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">- Maitrise des outils de suivi de budget (utilisation et analyse)- Etude des ventes sur différents secteurs, sur différentes périodes, à partir de tableaux de bord pour vérifier les performances commerciales <p>Evaluation des points suivants :</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C10 : Mettre en œuvre les règles juridiques afférentes à la gestion des ressources humaines afin de gérer le personnel en respectant les aspects juridiques de l'organisation

Evaluation par le biais d'études de cas composées de plusieurs cas pratiques. Le candidat est évalué sur sa maîtrise de la réglementation en lien avec les ressources humaines.

- Respect des formalités d'embauche, de la gestion des heures, des congés ou absences
- Degré de maîtrise des principales dispositions du droit du travail utiles en environnement managérial

Bloc 4 : Animer et encadrer l'activité commerciale

<ul style="list-style-type: none">- Recrutement du personnel- Animation de l'équipe commerciale- Réalisation d'une prestation de vente	<p>C11 : Déterminer des profils de vendeurs recherchés en fonction des services et produits à commercialiser, afin de les sélectionner et de constituer l'équipe</p> <p>C12 : Manager une équipe au sein d'une unité commerciale, en utilisant les techniques de communication adaptées au contexte et à l'équipe, afin de garantir et d'optimiser leurs résultats</p>	<p>Simulation / Mise en situation : Conduite d'un entretien de recrutement pour des postes de commerciaux ou d'un entretien de recadrage face à un membre de l'équipe commerciale</p> <p>Le candidat est mis en situation d'entretien de recrutement à partir d'un cas concret, face à un candidat ou un collaborateur. A l'issue de l'entretien, le candidat doit justifier les décisions prises.</p> <p>Simulation / Mise en situation : Animation d'une équipe de commerciaux à travers des entretiens de type évaluation professionnelle et recadrage</p>	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">- Identification des différents concepts de la communication interpersonnelle et justification de leur mise en application dans un contexte précis- Respect du cadre imposé par la législation- Respect des étapes d'un entretien de recrutement- Négociation des conditions de recrutement- Clarté et structuration des échanges <p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">- Structuration de l'argumentaire- Ecoute de l'équipe et prise en compte des commentaires et questions- Conduite d'entretiens de type évaluation professionnelle et recadrage et respect des étapes- Communication managériale visant à motiver et donner du sens- Expression d'un message cohérent et attractif- Adaptation de son comportement en fonction de la personne et de la situation
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C13 : Conduire une négociation avec le client, en utilisant les techniques d'argumentaire adaptées, afin de mener à bien une prestation de vente

Simulation / Mise en situation :
A partir d'informations caractérisant un bien ou un service et le profil d'un potentiel client, le candidat doit mener un entretien de vente puis répondre à des questions/objections en argumentant ses propos. Le candidat autoévalue ensuite sa prestation.

- Management individuel des commerciaux pour encadrer leur progression et optimiser leurs résultats.

Evaluation des points suivants :

- Identification des différents aspects déterminants pour une vente de produits ou de services
- Respect des étapes et techniques de la négociation
- Utilisation des techniques commerciales et de négociation
- Adaptation du comportement en fonction du client
- Qualité de l'argumentation et du traitement des objections clients
- Maîtrise des données chiffrées et capacité de reformulation
- Utilisation des différents types de dispositifs de communication avec le client (téléphone, courriels électroniques, face à face...) pour garantir un service de qualité
- Ecoute et disponibilité pour répondre à toutes sollicitations, problèmes et/ou besoins
- Maîtrise de l'anglais à l'oral comme à l'écrit

Bloc 5 : Déployer l'offre commerciale sur un marché spécifique

<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du marché ciblé - Conception de l'offre commerciale sur le marché ciblé - Développement de l'offre commerciale sur le marché ciblé 	<p>C14 : Analyser les caractéristiques, enjeux, tendances et évolutions d'un marché spécifique afin de positionner son offre de produits/services sur le marché</p>	<p>Evaluation par le biais d'une étude de cas concret sur un marché spécifique au choix du candidat. Le candidat sélectionnera l'un des marchés suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marché européen / international - Industrie du tourisme et événementiel - Webmarketing - Activités sportives - Grande distribution - Marchés du luxe - Marché des énergies renouvelables - Marché de l'entrepreneuriat - Automobile - Transport et logistique <p>Le candidat est évalué sur sa capacité à identifier la problématique et les enjeux spécifiques au marché de l'entreprise de l'étude de cas et à établir des préconisations de positionnement de produits/services. Les préconisations seront précises et justifiées.</p>	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification de la problématique de l'entreprise - Identification des grands enjeux impactant son marché et les évolutions en termes de : réglementation, outils digitaux, tendances marchés (consommateurs...), spécificités culturelles selon les pays...
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>C15 : Elaborer l'offre commerciale, en intégrant les spécificités propres au marché ciblé et en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise, afin de la mettre en œuvre sur le marché visé</p>	<p>Evaluation par le biais d'une étude de cas concret sur un marché spécifique au choix du candidat. Le candidat sélectionnera l'un des marchés suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marché européen / international - Industrie du tourisme et évènementiel - Webmarketing : définition d'une stratégie webmarketing et création des outils digitaux : site, réseaux sociaux...) - Activités sportives - Grande distribution - Marchés du luxe - Marché des énergies renouvelables - Marché de l'entreprenariat - Automobile - Transport et logistique <p>Il doit notamment démontrer sa capacité à construire une offre commerciale adaptée au marché ciblé et cohérent par rapport à la stratégie et aux moyens de l'entreprise.</p> <p>Evaluation par le biais d'une étude de cas concret sur un marché</p>	<p>Evaluation des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité et pertinence de l'offre proposée par rapport à l'existant sur le marché et par rapport aux orientations de l'entreprise et à ses contraintes (budget, délai, ressources humaines et matérielles...) - Intégration des spécificités culturelles dans l'offre commerciale - Intégration des outils digitaux dans l'offre commerciale <p>Evaluation des points suivants :</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C16 : Développer l'offre commerciale, en s'adaptant au marché ciblé et en cohérence avec la stratégie d'entreprise, afin de commercialiser les produits/services sur le marché ciblé

spécifique au choix du candidat. Le candidat sélectionnera l'un des marchés suivants :

- Marché européen / international : (développement international pour des entreprises multinationales et start-up...)
- Industrie du tourisme et événementiel (coordination d'événements, communication sur l'événement...)
- Webmarketing : suivi et optimisation d'une campagne de publicité sur Internet, les réseaux sociaux....
- Activités sportives (coordination d'événements, communication sur l'événement...)
- Grande distribution (développement de la relation avec la clientèle...)
- Marchés du luxe (mise en œuvre d'une démarche commerciale adaptée au luxe...)
- Marché des énergies renouvelables (développement de solutions en matière

- Respect des contraintes organisationnelles et budgétaires imposées par le cas
- Prise en compte de l'impact de la digitalisation spécifique au marché ciblé et des nouvelles tendances impactant le marché
- Gestion de la relation avec les consommateurs
- Maîtrise des spécificités culturelles d'un pays cible (communication, prise de décision, négociation).
- Gestion d'un budget et réajustement
- Evaluation de la démarche commerciale afin de vérifier la qualité de l'offre

		<p>d'énergies renouvelables...)</p> <ul style="list-style-type: none">- Marché de l'entrepreneuriat (définition d'un statut juridique adapté à un projet de création, formalisation d'un business plan...)- Automobile (développement de produits adaptés au marché automobile...)- Transport et logistique (développement de solutions d'optimisation des flux logistiques...) <p>Il doit notamment démontrer sa capacité à déployer l'offre commerciale adaptée au marché ciblé et en cohérence avec la stratégie et les moyens de l'entreprise, prendre des décisions stratégiques et opérationnelles, et manager et gérer une structure sur un marché spécifique.</p>	
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--