

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27377**

### Intitulé

Manager marketing et développement commercial

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
ESGCV – Ecole supérieure de gestion et commerce international (ESGCI)	Président

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (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 Manager Marketing et Développement Commercial pilote et met en œuvre les décisions et choix stratégiques sur les produits et services proposés par son entreprise en s'appuyant sur son expertise mercatique et financière et sur sa maîtrise de l'univers concurrentiel et du public visé.

Il s'appuie sur ses équipes pour mener à bien les projets opérationnels. A la fois manager et stratège, il coordonne les différents intervenants avec qui il collaborera pour atteindre les objectifs validés par la direction générale.

Le Manager Marketing et Développement Commercial se doit de maîtriser la composante numérique : ses outils, ses canaux et ses modes de diffusion. Il doit pouvoir allier une dimension stratégique dans l'exercice de ses missions, notamment en matière de conseil auprès des entreprises et dans le même temps il doit maîtriser l'ingénierie des processus de marketing et communication numérique et certaines dimensions opérationnelles des médias qu'il va utiliser. Il doit intégrer dans son plan marketing stratégique des caractéristiques numériques. Il doit avoir des compétences managériales et des compétences techniques liées à l'ingénierie des processus de communication numérique.

Il met aussi bien en place des opérations de marketing et commerciales dites traditionnelles que des opérations via internet, comme la valorisation d'un produit ou d'un service ou encore la mise en place d'actions de médiatisation.

Les cadres des départements commerciaux et marketing exerçant des postes d'encadrement font partie de la direction commerciale et marketing et ils orientent et pilotent la politique commerciale de l'entreprise, au regard des orientations définies avec la direction générale. On retrouve une direction commerciale et marketing dans tous les secteurs d'activité : industries, services aux entreprises, commerce et de plus en plus fréquemment dans les administrations et les services publics

Le Manager Marketing et Développement Commercial est capable de :

1) Analyser le marché, ses acteurs et le positionnement de l'entreprise

- Recueil d'informations sur le marché et ses principaux acteurs en interne et externe - Utilisation de l'ensemble des médias et canaux d'information existants - Définition des critères à analyser - Mise en place d'études - Traitement des données obtenues - Critérisation et segmentation des données - Définition du positionnement concurrentiel de l'entreprise - Elaboration de recommandations marketing - Proposition et définition des solutions à mettre en œuvre - Prise en compte des marchés physiques et virtuels - Elaboration d'un argumentaire - Démonstration de la valeur et de la pertinence des recommandations - Présentation de tableaux chiffrés

2) Elaborer le plan marketing

- Définition des caractéristiques du produit ou service - Définition et identification des indicateurs clés de performances - Analyse des forces et faiblesses du produit ou service - Adaptation des paramètres du plan marketing au service - Définition des moyens d'action marketing mobilisables : publicité, promotion, marketing direct campagne internet, réseaux sociaux, etc. - Analyse du positionnement de l'entreprise et du produit - Définition des objectifs marketings à atteindre - Proposition d'utilisation du marketing digital - Définition de la mise en œuvre d'actions sur le web. - Définition des actions opérationnelles à réaliser - Allocations des moyens financiers - Définition des cahiers des charges - Formalisation des actions et leur périodicité - Elaboration du rétro planning - Elaboration des différents tableaux de bords nécessaires - Mesure de l'efficacité ou la rentabilité d'une campagne

3) Ajuster et mettre en œuvre la stratégie de développement commercial

- Analyse du plan commercial et marketing de l'entreprise - Définition du plan commercial - Identification des facteurs positifs et négatifs (facteurs qui contribuent au développement du plan d'action commerciale et ceux qui lui nuisent) - Sélection des offres à promouvoir et des cibles visées - Définition des projets d'action commerciale - Formalisation des objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre - Evaluation des moyens à mobiliser - Définition du budget - Défense du budget (argumentaire) - Vérification de la disponibilité des moyens - Evaluation des délais de réalisation - Planification des actions - Définition des modalités de suivi et d'évaluation des actions - Supervision de la répartition de la charge de travail et de l'affectation des compétences - Contrôle des actions - Suivi du reporting des équipes - Vérification du respect du cahier des charges

4) Gérer le budget des actions attribuées au département marketing ou commercial

- Analyse des résultats de l'exercice précédent et des prévisions d'activités - Comparaison des résultats obtenus par rapport aux prévisions - Priorisation des projets à mener - Analyse du budget annuel - Estimation des coûts des différents projets - Définition des clefs de répartition - Répartition des moyens - Ventilation du budget alloué au département marketing ou commercial - Vérification du respect des clefs de répartition - Suivi et adaptation du budget - Mise en place de mesures nécessaires pour faire face à une contrainte budgétaire - Détection

d'insuffisances budgétaires (investissement dans des ressources externes et internes) - Négociation de crédits supplémentaires

#### 5) Manager les équipes

- Constitution des équipes - Identification des individualités et compétences - Gestion des contrats - Gestion prévisionnelle des effectifs - Définition des missions de chacun - Mise en place d'un management de délégation - Explication / justification de la stratégie commerciale ou marketing à adopter - Accompagnement de la résolution de conflits - Développement / actualisation des compétences de ses équipes - Mise en œuvre d'actions d'incentive : motivation des équipes - Définition des besoins de formation des collaborateurs - Actualisation constante des connaissances en technologies digitales - Conduite d'entretiens d'évaluation - Réalisation d'entretiens ponctuels (Résolution de problèmes matériels ou humains) - Contrôle de l'atteinte des objectifs - Evaluation des compétences des personnes

#### 6) Définir et mettre en œuvre une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation client

- Evaluation de la valeur d'un client, ses motivations et éventuellement de sa dimension stratégique pour l'entreprise - Mise en place d'outil de collecte d'informations - Définition d'une approche client - Mise en œuvre d'une démarche individualisée - Suivi de l'offre à chacune de ses étapes - Développement du potentiel de chaque client par différents leviers personnalisés - Utilisation d'internet et les moyens digitaux disponibles - Définition et anticipation des besoins de la clientèle - Evaluation de l'intérêt du client pour la stratégie de l'entreprise - Anticipation des difficultés potentielles - Définition des modalités concernant la prospection, la vente et l'après-vente, en exploitant les logiciels et les moyens à disposition afin d'optimiser la gestion des interfaces avec le client. - Suivi administratif d'une vente - Gestion des problèmes - Vérification du respect d'une démarche qualité

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

Le Manager Marketing et Développement Commercial évolue au sein d'entreprises privées, PME et PMI, ou de grandes entreprises de plus de 500 salariés, dotées d'un département marketing ou commercial, dans tout type de secteurs d'activités, comme le secteur industriel, l'agro-alimentaire, les nouvelles technologies et le tertiaire.

Il peut exercer au niveau national ou international. En fonction de la nationalité de son entreprise, il peut être amené à travailler dans une langue étrangère et, le plus fréquemment en anglais.

S'il exerce ses fonctions au sein d'une entreprise de taille moyenne, il peut cumuler la direction du département marketing et du département commercial.

En fonction du type d'entreprise dans laquelle il/elle exerce, on trouve différentes appellations:

Directeur/trice marketing ; Directeur/trice marketing et commercial ; Business development manager ; Key account manager ; Ingénieur/e chargé(e) d'affaires ; Ingénieur/e commercial/e ; Consultant/e marketing ; Chargé(e) d'analyses marketing ; Chargé(e) de marketing opérationnel ; Manager de risques ; Responsable marketing ; Marketing manager ; Manager des ventes ; Chef(fe) de Produit.

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

**M1705** : Marketing

**M1707** : Stratégie commerciale

**M1403** : Études et prospectives socio-économiques

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composantes de la certification :

Les évaluations se font sur les six blocs de compétences composant la certification et qui porteront à la fois sur des connaissances théoriques et sur la mise en œuvre de compétences en situation. Ces évaluations sont faites dans le cadre de contrôles continus tout au long de l'année et par des mises en situations professionnelles comme des réalisations de projets et des études de cas basées sur des cas réels. L'expérience acquise par l'immersion en entreprise (stages ou contrats de professionnalisation) fait l'objet d'une évaluation par les tuteurs qui est présentée au jury.

Les modalités correspondent à des travaux ou réalisations telles qu'elles peuvent être attendues dans le secteur professionnel :

1) Résolution d'une problématique réelle : A partir de la présentation par une entreprise d'une problématique réelle, proposition au client d'une solution et d'une recommandation stratégique.

2) Études de cas : elles sont adaptées en fonction des compétences visées.

Pour chaque cas, les productions attendues sont les suivantes : Analyse de la situation, Problématique, Objectifs, stratégies et pertinence des actions mises en œuvre, Qualité de l'argumentation, autorité et communication, Evaluation des actions

3) Réalisation d'un business plan :

construction d'un business plan qui comporte quatre points :

- la description des ressources humaines du moment ;

- le positionnement concurrentiel ;

- le budget prévisionnel ;

- la description du besoin auquel répond votre projet (offre de produits ou de services).

4) Mémoire : les candidats doivent traiter une problématique marketing ou commerciale

5) Jeux de rôle

Le jury statuera sur l'ensemble des évaluations communiquées sous forme de notation, ainsi que les mises en situation professionnelles (stage, mémoire, p, études de cas)

En cas d'obtention partielle de la certification

Pour l'accès par la voie de la formation initiale, en cas de non obtention ou obtention partielle du titre, le candidat peut se représenter au jury de la promotion N+1. (Voir le règlement intérieur de l'école)

Le bénéfice des composantes acquises peut être conservé 5 ans.

La VAE

Le titre peut également être obtenu par la démarche de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience), sur la base de l'expérience et des compétences acquises par la pratique en situation de travail qui seront démontrées à travers la réalisation d'un livret de preuves, dit livret 2

conformément à la procédure en vigueur à l'ESGCI. Un conseiller VAE est à la disposition des candidats pour les conseiller sur leur projet professionnel. Le/la candidat(e) en VAE sera évalué(e) sur les mêmes compétences que les candidat(e)s en Formation initiale et qui sont celles requises par le titre.

**Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 27377 - Ajuster et mettre en œuvre la stratégie de développement commercial</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise.</li> <li>• Décliner le plan stratégique de l'entreprise en actions commerciales à conduire</li> <li>• Définir les objectifs quantitatifs et qualitatifs</li> <li>• Planifier l'ensemble des actions à mener</li> <li>• Organiser le suivi et l'évaluation des résultats</li> <li>• Négocier le budget avec la direction et argumenter ses choix</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation</b></p> <p>Etude de cas : Définir et élaborer un plan d'action commerciale.: actions, objectifs, moyens, budget, planning, argumentation et outil de pilotage et reporting.</p> <p>Jeu de rôle : Mener une négociation</p> <p>Un <b>certificat</b> des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 3ème bloc de compétences.</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 27377 - Gérer le budget des actions attribuées au département marketing ou commercial</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hiérarchiser les projets à mener et élaborer des préconisations stratégiques</li> <li>• Définir les clefs de répartition budgétaire des projets.</li> <li>• Décider de la ventilation des ressources</li> <li>• Réévaluer le coût de chaque opération afin de répondre à de nouvelles directives</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation :</b></p> <p>Réaliser un business plan et présenter un tableau récapitulatif des chiffres d'un exercice comptable, une analyse de ce bilan chiffré, les recommandations, une évaluation budgétaire d'un plan marketing, une synthèse.</p> <p>Un <b>certificat</b> des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 4ème bloc de compétences.</p>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 27377 - Analyser le marché, ses acteurs et le positionnement de l'entreprise</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effectuer une veille de la concurrence, du marché et des habitudes de consommation du secteur d'activité et de la concurrence.</li> <li>• Réaliser le diagnostic de positionnement d'une entreprise sur son ou ses marchés.</li> <li>• Elaborer les recommandations marketing et commerciales</li> <li>• Présenter et valoriser ses recommandations</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation</b></p> <p>Résolution d'une problématique réelle : Faire et présenter une veille, choisir des critères à analyser et mettre en place une étude faisant appel à un prestataire afin d'élaborer des recommandations.</p> <p>Un <b>certificat</b> des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 27377 - Élaborer le plan marketing</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Elaborer le plan marketing adapté au produit ou service.</li> <li>•Elaborer le plan d'action marketing et définir les objectifs marketings</li> <li>•Élaborer une stratégie digitale « adaptée au produit »</li> <li>•Élaborer le cahier des charges</li> <li>•Mettre en place le suivi du projet en se basant sur les ICP (indicateurs clés de performance)</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation</b></p> <p>Etude de cas</p> <p>Réaliser un plan marketing incluant : une analyse marketing d'un produit ou d'un service, une analyse swot, une synthèse des actions à mener, un cahier des charges et un rétro-planning</p> <p>Un <b>certificat</b> des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 2ème bloc de compétences.</p>
<p>Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 27377 - Manager les équipes</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Constituer une ou plusieurs équipes projet en définissant les besoins en recrutement.</li> <li>•Mettre en œuvre un management de délégation</li> <li>•Identifier et proposer des actions d'incentive ou de formation pour fédérer son équipe</li> <li>•Analyser les résultats de chaque collaborateur et définir les objectifs à atteindre et déterminer un plan d'action individuel</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation :</b></p> <p>Etude de cas : basée sur des cas réels , résolution d'étude de cas portant sur la rédaction de fiche de poste , élaboration de grilles d'évaluations et d'outils méthodologique de suivi, présentation des objectifs, identification des besoins de formation argumentaire sur la politique menée,résolution d'une problématique RH.</p> <p>Jeu de rôles sur la définition d'objectifs et un plan d'action</p> <p>Un <b>certificat</b> des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 5ème bloc de compétences</p>
<p>Bloc de compétence n°6 de la fiche n° 27377 - Définir et mettre en œuvre une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation client</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Réaliser une étude de la clientèle en élaborant une méthodologie et des outils d'évaluation</li> <li>•Élaborer une stratégie de fidélisation et de gestion de la relation client</li> <li>•Organiser le suivi administratif d'une vente, depuis la phase de négociation jusqu'à sa livraison et sa facturation.</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation :</b></p> <p>Utilisation d'un outil type SAP réalisation d'une analyse d'une base client présentant l'identification des différents clients, leur hiérarchisation et le choix des actions à mener.</p> <p>Etude de cas : Elaborer une stratégie de gestion clientèle</p> <p>Un <b>certificat</b> des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 6ème bloc de compétences.</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	<p>Le Président du jury est un professionnel nommé par le directeur de l'ESGCI</p> <p>Le jury est composé de 5 personnes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Le Président du jury, représentant des professions Employeurs</li> <li>•D'un représentant en activité des professions Salariés</li> <li>•Du directeur ou son représentant</li> <li>•Un enseignant formateur</li> <li>•Un responsable pédagogique</li> </ul> <p>Parmi les membres du jury, 40 % sont représentants des Salariés et des Employeurs.</p>
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	<p>Le Président du jury est un professionnel nommé par le directeur de l'ESGCI</p> <p>Le jury est composé de 5 personnes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Le Président du jury, représentant des professions Employeurs</li> <li>•D'un représentant en activité des professions Salariés</li> <li>•Du directeur ou son représentant</li> <li>•Un enseignant formateur</li> <li>•Un responsable pédagogique</li> </ul> <p>Parmi les membres du jury, 40 % sont représentants des Salariés et des Employeurs.</p>
En contrat de professionnalisation	X	<p>Le Président du jury est un professionnel nommé par le directeur de l'ESGCI</p> <p>Le jury est composé de 5 personnes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Le Président du jury, représentant des professions Employeurs</li> <li>•D'un représentant en activité des professions Salariés</li> <li>•Du directeur ou son représentant</li> <li>•Un enseignant formateur</li> <li>•Un responsable pédagogique</li> </ul> <p>Parmi les membres du jury, 40 % sont représentants des Salariés et des Employeurs.</p>
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	<p>Le jury de VAE est composé de 5 membres</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Un représentant de la profession Employeurs (dont le Président)</li> <li>•Un représentant de la profession Salariés</li> <li>•Le directeur de l'école ou son représentant</li> <li>•Un enseignant formateur</li> <li>•Un responsable pédagogique</li> </ul>

	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 16 février 2006 publié au Journal Officiel du 5 mars 2006 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, avec effet au 5 mars 2006, jusqu'au 5 mars 2011.

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

### Références autres :

Arrêté du 15 décembre 2016 publié au Journal Officiel du 18 décembre 2016 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing et développement commercial" avec effet au 16 juin 2016, jusqu'au 18 décembre 2021.

Arrêté du 19 novembre 2013 publié au Journal Officiel du 29 novembre 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification du nom de l'organisme certificateur.

Arrêté du 24 mai 2013 publié au Journal Officiel du 16 juin 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing et commercial" avec effet au 05 mars 2011, jusqu'au 16 juin 2016.

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 3 octobre 2002 publié au Journal Officiel du 12 octobre 2002 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique. Observations : L'homologation est prolongée jusqu'au 31 décembre 2003.

Arrêté du 17 octobre 1996 publié au Journal Officiel du 13 novembre 1996 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique. Intitulé : 'Titre d'études Supérieures, options Relations Internationales, Marketing et Commerce, Marketing et Communication', niveau II.

## Pour plus d'informations

### Statistiques :

90 bénéficiaires par an

### Autres sources d'information :

<http://www.esgci.com>

### Lieu(x) de certification :

ESGCI

25 rue Saint Ambroise

75011 Paris

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

- ESGCI - 25 rue Saint Ambroise - 75011 Paris
- ESG Bordeaux - campus de Bissy - 83/97 avenue du Bon Air - 33700 Mérignac
- ESG Toulouse - Campus de Bissy - B.P. 51905 - 31319 Labège Cedex
- ESG Aix-en-Provence - 95 Chemin Roger Martin - 13090 Aix-en-Provence
- ESG Rennes - 5/7 bd René Laennec - 35000 Rennes
- ESG Montpellier - Campus de Bissy - ZAC Port Marianne Hippocrate -349, rue de la Cavalade - CS 90781 - 34965 Montpellier Cedex 2
- IMESG - ESG Exécutive Education - 35 avenue Philippe Auguste - 75011 Paris
- WEB SCHOOL FACTORY - Campus Cluster - 59 rue Nationale - 75013 Paris
- ESGCV - ESG Tours - 27 rue James Watt - 37200 Tours
- New concept formation (ISMAC) - 18 rue de la Glacière - 75013 Paris
- Studialis formation professionnelle - 35 avenue Philippe Auguste - 75011 Paris

### Historique de la certification :

Ancien libellé : Titres d'études supérieures, Option relations internationale, Marketing et Commerce, Marketing et Communication - Niveau II (arrêté du 17 octobre 1996 publié au JO du 21 /11/1996

**Certification précédente :** Manager marketing et commercial