



## Responsable marketing commerce et expérience client

Titre de niveau 6 ( Licence, licence professionnelle, Bachelor),  
inscrit au RNCP 35261

<b>Prérequis pour bénéficiaire de cette formation</b>	Pour bénéficier de cette formation, vous devez être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5 dans le domaine de la vente et du commerce.
<b>Objectifs - Aptitude et compétences visées</b>	<p><u>RNCP35261 - BC01 - Réalisation des études de marché</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• C1 : Organiser une méthode de recueil d'information pour caractériser son environnement en analysant le marché, le secteur d'activité, les contraintes et les tendances</li><li>• C2 : Qualifier les acteurs pour valoriser l'offre face à la demande en mobilisant les parties prenantes (partenaires directs et indirects, concurrents, clients, distributeurs, etc.) avec le marché</li><li>• C3 : Exploiter les données clients pour caractériser les processus de décision du consommateur en utilisant les données issues de l'expérience client (interne : réclamations, incidents, études des réseaux sociaux, site, avis... / externe : sur le point de vente ou à travers le web / Passif, études et panels...</li><li>• C4 : Catégoriser la clientèle pour adapter l'offre en modélisant un parcours client spécifique</li></ul> <p><u>RNCP35261 - BC02 - Contribution à la définition de la stratégie marketing et commerciale</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• C5 : Définir les nouveaux domaines d'activités stratégiques pour positionner l'offre/produits en fonction des cibles visées</li><li>• C6 : Positionner l'offre pour optimiser le déclenchement du processus d'achat des cibles en mettant en avant des stratégies de différenciation (expérience d'usage, de partage, de relation humaine et digitale)</li><li>• C7 : Déterminer des objectifs opérationnels pour décliner un plan d'action</li><li>• C8 : Concevoir un plan marketing opérationnel pour assurer la cohérence de la communication et des opérations commerciales en développant les actions on line et off line</li><li>• C9 : Etablir le périmètre des actions pour satisfaire aux objectifs commerciaux</li></ul>

**Objectifs - Aptitude  
et compétences  
visées (suite)**

RNCP35261 - BC03 - Pilotage du plan d'action marketing et commercial

- C10 : Réaliser un budget prévisionnel d'action pour adapter ses opérations à ses capacités budgétaires
- C11 : Programmer des actions marketing et commerciales pour affecter les ressources en fonction du résultat recherché
- C12 : Sélectionner les indicateurs et tableaux de bord pour satisfaire aux exigences du système de reporting
- C13 : Déterminer le Retour sur investissement du Plan d'action marketing et commercial pour mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé
- C14 : Présenter les conclusions des actions commerciales et marketing réalisées pour orienter les décisions de la direction
- C15 : Préconiser les actions correctrices pour optimiser les résultats des opérations commerciale et marketing

RNCP35261 - BC04 - Management et développement d'une équipe commerciale/marketing opérationnelle

- C16 : Utiliser les outils de planification afin de coordonner les activités de chaque membre de l'équipe en prenant en compte les profils des collaborateurs et en mesurant les plans de charges opérationnels
- C17 : Participer à l'intégration des collaborateurs et assurer la mise en œuvre des actions de formation afin de garantir l'efficacité opérationnelle en transmettant les gestes métiers et les fondamentaux de l'entreprise
- C18 : Définir et adapter le mode de communication managériale afin de favoriser l'engagement des collaborateurs et mobiliser les équipes en actionnant les leviers de motivation
- C19 : Animer une équipe en organisant des réunions, en assurant des points coordination et en gérant les interactions afin d'optimiser la gestion de projet
- C20 : Elaborer des outils de reporting afin de mesurer et analyser les résultats individuels et collectifs et activer les bons leviers d'action
- C21 : Optimiser la qualité des relations internes afin de favoriser la cohésion et d'impulser une dynamique d'équipe en s'exprimant professionnellement dans le langage approprié

<b>Objectifs - Aptitude et compétences visées (suite)</b>	<p><u>Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :</u></p> <p>La certification professionnelle est délivrée si l'apprenant obtient chaque bloc de compétences.</p> <p>Chaque bloc de compétences BC01 , BC02 , BC03, et BC04 peut s'obtenir indépendamment des autres.</p>
<b>Durée</b>	584 heures
<b>Délai et modalités d'accès</b>	<p>Pour postuler, transmettez votre cv à partir de la page contact (<a href="http://forminter.fr/contacts/">http://forminter.fr/contacts/</a>). Dès qu'une entreprise est susceptible de vous recruter en apprentissage, nous prendrons contact avec vous afin de convenir d'une date d'entretien.</p> <p>Si vous êtes recruté par l'une de nos entreprises partenaires, vous démarrez la formation dans la quinzaine qui suit votre embauche.</p>
<b>Conditions tarifaires</b>	Les conditions tarifaires sont celles définies par l'OPCO (Opérateurs de compétences) auquel l'entreprise est rattachée
<b>Modalités pédagogiques</b>	<p style="text-align: center;"><u>Méthodes mobilisées (pédagogie)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Théorie et mises en pratiques tout au long de la formation</li> <li>● Alternance de méthodes actives, participatives et applicatives</li> <li>● Autoformation en appui avec les formateurs</li> </ul> <p style="text-align: center;"><u>Matériel d'apprentissage</u></p> <p>Votre formation est dispensée par un formateur dans nos locaux. Nos salles de classes sont équipées d'ordinateurs, d'écrans ou de vidéo projecteurs</p>
<b>Modalité d'évaluation</b>	<p><u>RNCP35261BC01 - Réalisation des études de marché</u></p> <p><b>Etude de marché</b></p> <p>A partir d'une situation professionnelle, réalisation d'une étude de marché lié à un produit ou une activité L'étude de marché nécessite une préparation d'environ 35 heures Dossier écrit (entre 30 à 40 pages hors annexe ).</p> <p><b>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences de l'étude de marché.</b></p>

<p><b>Modalité d'évaluation (suite)</b></p>	<p><u>RNCP35261BC02 - Contribution à la définition de la stratégie marketing et commerciale</u></p> <p><b>Plan d'actions marketing et commerciales</b></p> <p>En s'appuyant sur son entreprise d'accueil, l'apprenant doit réaliser un plan d'actions marketing et commerciales. Ce document décrit les actions (promotion, communication, marketing direct, vente physique, utilisation des réseaux de distribution...) proposées pour atteindre les objectifs commerciaux fixés selon les moyens et budgets alloués.</p> <p>Les apprenants travaillent en autonomie et bénéficient de 3 à 5 séances de tutorats pour encadrer l'avancement du dossier écrit.</p> <p>Épreuve individuelle constituée d'un écrit et d'un oral :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecrit (dossier de 10/15 pages)</li> <li>- Soutenance de 15 mn + 10mn de questions/réponses</li> </ul> <p><b>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences du plan d'actions marketing et commerciales.</b></p> <p><u>RNCP35261BC03 - Pilotage du plan d'action marketing et commercial</u></p> <p><b>Business Game</b></p> <p>Ce jeu est axé sur le processus de prises de décisions marketing lié à la commercialisation de produits grand public. Le challenge est un travail d'équipe. Pour autant, il ne doit pas y avoir sectorisation des tâches; chaque membre de l'équipe doit partager la vision d'ensemble, mais au moment des décisions, chacun élabore son propre système de solutions. Au vu des différents résultats qui en découlent, l'équipe choisit la solution d'un de ses équipiers, jugée la plus porteuse ou la plus efficiente, l'améliore éventuellement et la valide comme décision finale.</p> <p>Épreuve collective de 3 à 5 apprenants (composition aléatoire par la plateforme) décomposée comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bilan fin de jeu du Business Game (épreuve collective) qui représente 30 % de la note finale</li> <li>- Bilan fin de jeu du Business Game (épreuve individuelle )orale qui représente 30 % de la note finale</li> <li>-Rapport d'activités (épreuve collective écrite) qui représente 40 % de la note finale</li> </ul>
---	--

<p><b>Modalité d'évaluation (suite)</b></p>	<p><b>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences du Business Game.</b></p> <p><u>RNCP35261BC04 - Management et développement d'une équipe commerciale/marketing opérationnelle</u></p> <p><b>Rapport d'expérience</b></p> <p>A partir d'une situation vécue ou observée, le candidat produit un diagnostic organisationnel en mettant en avant une problématique managériale d'entreprise. Les pratiques managériales mises en place sont analysées et sont accompagnées de propositions argumentées d'amélioration et de remédiations aux difficultés éventuellement rencontrées.</p> <p>Dossier écrit de 15 à 20 pages</p> <p><b>Jeu de rôle Epreuve orale individuelle dont la finalité est d'évaluer la posture managériale.</b></p> <p>30 minutes de préparation</p> <p>10 minutes de mise en situation</p> <p>Le candidat pioche un contexte au hasard et dispose de 30 minutes pour analyser la situation et réfléchir aux différentes possibilités.</p> <p>Le candidat est ensuite mis en situation face à un jury de 2 personnes : 1 qui assure le jeu de rôle et 1 évaluateur observateur</p> <p><b>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences du rapport de mission.</b></p>
<p><b>Références de la spécialité</b></p>	<p>Intitulé du titre : Responsable marketing commerce et expérience client Niveau : VI Code(s) NSF : 312p : Gestion des échanges commerciaux Code(s) ROME : M1705 Marketing Formacode(s) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 34093 : marketing électronique</li> <li>● 34073 : marketing éthique</li> <li>● 34024 : achat</li> <li>● 34554 : commerce</li> </ul> <p><a href="#">Sources France Compétences</a></p>
<p><b>Les débouchés , équivalences, passerelles, suites de parcours</b></p>	<p><u>Type d'emplois accessibles :</u></p> <p>Chef de projets marketing Responsable des études marketing Chargé d'études marketing</p>

<p><b>Les débouchés , équivalences, passerelles, suites de parcours (suite)</b></p>	<p>Attaché commercial Commercial Conseiller commercial Responsable commercial Responsable de rayon/ d'univers Chef de marché Chef de produit Chef de marque Chargé de marketing Chargé de communication Chef de secteur Responsable de la performance marketing et commerciale Responsable des ventes <u>Code(s) ROME</u> M1703 - Management et gestion de produit M1704 - Management relation clientèle M1705 - Marketing M1707 - Stratégie commerciale</p> <p>Les formations complémentaires</p> <p>Voie d'accès à la certification : <a href="#">Sur le site de France Compétences</a></p> <p>Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : <a href="#">Sur le site de France Compétences</a></p>
<p><b>Note</b></p>	<p>Formation qualifiante Formation éligible au CPF</p>
<p><b>Contact</b></p>	<p>Pour toute information supplémentaire, contacter</p> <p>-Younous Cader - directeur et responsable pédagogique Nord : 0692772935 -Saida Cader - responsable pédagogique Sud : 0692400805</p>

Toutes nos formations sont accessibles aux ASH (Apprenant en Situation de Handicap).  
Notre référent Handicap, Mr Abid Cader (0693011498) est à votre disposition pour tout renseignement. Retrouver les registres publics d'accessibilité sur la page contact (<http://forminter.fr/contacts/>) du site .

Informations mises à jour le 13/10/2022