

Répertoire national des certifications professionnelles

Responsable marketing commerce et expérience client

Active**Nomenclature du niveau de qualification** : Niveau 6

N° de fiche

Code(s) NSF :

- 312p : Gestion des échanges commerciaux

RNCP35261**Formacode(s)** :

- 34024 : achat
- 34093 : marketing électronique
- 34554 : commerce
- 34073 : marketing éthique
- 34052 : marketing

Taux d'insertion global moyen à 6 mois : 78%%**Taux d'insertion moyen dans le(s) métier(s) visé(s) à 6 mois** : 74%**Date d'échéance de l'enregistrement** : 10-02-2023

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	Nom commercial	Site internet
C3 INSTITUTE	C3 INSTITUTE	http://c3groupe.com/ (http://c3groupe.com/)

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le centre de gravité de la fonction marketing s'est déplacé du produit vers le client; de ce fait, les domaines d'application du marketing opérationnel se complexifient et se multiplient dans l'ensemble des secteurs d'activité, tant au niveau national qu'international. On parle aujourd'hui de parcours clients, de consomm'acteurs, etc. Les compétences en vente et marketing fusionnent pour développer le multi canal et la réactivité par rapport à l'évolution des besoins des clients. Ces tendances se renforcent avec l'émergence des stratégies digitales et de l'expérience client au cœur du dispositif.

Aux outils traditionnels d'étude et de définition des 4 P (produit, prix, place, promotion) ou mix produit, viennent s'ajouter des outils de conquête, de traitement, d'analyse et de renouvellement de l'information client. En pleine transformation digitale, les entreprises doivent recruter des "talents numériques" dépassant la stricte fonction marketing. Le modèle économique s'hybride entre achat sur le net et lieux d'expérience utilisateur. Les entreprises, notamment dans le secteur de la grande distribution ont besoin d' « accompagnateurs / commerciaux / conseillers /

expérimentateurs / psychologue du besoin ». Il leur faut donc recruter des personnes qui au-delà des « hard skill », ont développé des « soft skill » car l'humain fait la différence dans la relation à l'autre.

La certification doit préparer les candidats à faire face aux enjeux de la data.

Activités visées :

Activité 1. Réalisation des études de marché

Activité 2 . Contribution à la définition de la stratégie marketing et commerciale

Activité 3. Pilotage du plan d'action marketing et commercial

Activité 4. Management et développement d'une équipe commerciale/marketing opérationnelle

Compétences attestées :

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

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

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...

C4 : Catégoriser la clientèle pour adapter l'offre en modélisant un parcours client spécifique

C5 : Définir les nouveaux domaines d'activités stratégiques pour positionner l'offre/produits en fonction des cibles visées

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)

C7 : Déterminer des objectifs opérationnels pour décliner un plan d'action

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

C9 : Etablir le périmètre des actions pour satisfaire aux objectifs commerciaux

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

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 de 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

Modalités d'évaluation :

Etude de marché

Réalisation d'une étude de marché en lien ou non avec leur entreprise d'accueil.

Les candidats sont libres de choisir un produit ou une activité de leur choix. Ils sont invités à mettre en application les différentes méthodes pour réaliser des études de marchés.

Epreuve individuelle écrite : - Dossier de 30 à 40 pages (sans les annexes)

Plan d'actions marketing et commerciales

En s'appuyant sur son entreprise d'accueil, le candidat 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.

Les candidats travaillent en autonomie et bénéficient de 3 à 5 séances de tutorats pour encadrer l'avancement du dossier écrit.

Épreuve individuelle constituée d'un écrit et d'un oral : - Ecrit (dossier de 10/15 pages) - Soutenance de 15 mn + 10mn de questions/réponses

Business Game

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 de 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.

Épreuve collective de 3 à 5 apprenants (composition aléatoire par la plateforme) décomposée comme suit :

- Bilan fin de jeu du Business Game (épreuve collective) qui représente 30 % de la note finale
- Bilan fin de jeu du Business Game (épreuve individuelle) orale qui représente 30 % de la note finale
- Rapport d'activités (épreuve collective écrite) qui représente 40 % de la note finale

Rapport d'expérience

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.

Dossier écrit de 15 à 20 pages

Jeu de rôle

Epreuve orale individuelle dont la finalité est d'évaluer la posture managériale.

30 minutes de préparation

10 minutes de mise en situation

Le candidat pioche un contexte au hasard et dispose de 30 minutes pour analyser la situation et réfléchir aux différentes possibilités. 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

Rapport de mission

Rapport de mission portant sur une expérience professionnelle de marketing et d'expérience client. Cette épreuve encadrée par un formateur référent tout au long de l'année.

Épreuve individuelle composée de : -Un écrit de 45/50 pages (hors annexes) -Un oral de 45mn (30mn de soutenance + 15 mn de questions/réponses)

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP35261BC01 Réalisation des études de marché	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 C2 : Qualifier les acteurs pour valoriser l'offre face à la demande en mobilisant les parties prenantes (partenaires directs et	Etude de marché 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). <i>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences de l'étude de marché.</i>

	<p>indirects, concurrents, clients, distributeurs, etc.) avec le marché</p> <p>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...</p> <p>C4 : Catégoriser la clientèle pour adapter l'offre en modélisant un parcours client spécifique</p>	
<p>RNCP35261BC02</p> <p>Contribution à la définition de la stratégie marketing et commerciale</p>	<p>C5 : Définir les nouveaux domaines d'activités stratégiques pour positionner l'offre/produits en fonction des cibles visées</p> <p>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)</p> <p>C7 : Déterminer des objectifs opérationnels pour décliner un plan d'action</p> <p>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</p> <p>C9 : Etablir le périmètre des actions pour satisfaire aux objectifs commerciaux</p>	<p>Plan d'actions marketing et commerciales</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"> - Ecrit (dossier de 10/15 pages) - Soutenance de 15 mn + 10mn de questions/réponses <p><i>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences du plan d'actions marketing et commerciales.</i></p>

<p>RNCP35261BC03</p> <p>Pilotage du plan d'action marketing et commercial</p>	<p>C10 : Réaliser un budget prévisionnel d'action pour adapter ses opérations à ses capacités budgétaires</p> <p>C11 : Programmer des actions marketing et commerciales pour affecter les ressources en fonction du résultat recherché</p> <p>C12 : Sélectionner les indicateurs et tableaux de bord pour satisfaire aux exigences du système de reporting</p> <p>C13 : Déterminer le Retour sur investissement du Plan d'action marketing et commercial pour mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé</p> <p>C14 : Présenter les conclusions des actions commerciales et marketing réalisées pour orienter les décisions de la direction</p> <p>C15 : Préconiser les actions correctrices pour optimiser les résultats des opérations commerciale et marketing</p>	<p>Business Game</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"> -Bilan fin de jeu du Business Game (épreuve collective) qui représente 30 % de la note finale - Bilan fin de jeu du Business Game (épreuve individuelle)orale qui représente 30 % de la note finale -Rapport d'activités (épreuve collective écrite) qui représente 40 % de la note finale <p><i>Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences du Business Game.</i></p>
<p>RNCP35261BC04</p> <p>Management et développement d'une équipe commerciale/marketing opérationnelle</p>	<p>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</p> <p>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</p>	<p>Rapport d'expérience</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>Jeu de rôleÉpreuve orale individuelle dont la finalité est d'évaluer la posture managériale.</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>

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 de 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

Des épreuves de contrôle des connaissances viennent compléter les évaluations de compétences du rapport de mission.

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

La certification professionnelle est délivrée si l'apprenant obtient chaque bloc de compétences.

Chaque bloc de compétences peut s'obtenir indépendamment des autres.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le Responsable Marketing Commerce et Expérience Client exerce dans tous les secteurs d'activités, pour tous types d'entreprises, au niveau national et international.

Type d'emplois accessibles :

- Chef de projets marketing
- Responsable des études marketing
- Chargé d'études marketing
- 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

Code(s) ROME :

- M1703 - Management et gestion de produit
- M1704 - Management relation clientèle
- M1705 - Marketing
- M1707 - Stratégie commerciale

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Le jury de certification est composé de 4 personnes : - 2 membres du jury sont internes à C3 Institute dont le Directeur Général et le Directeur Adjoint. - 2 membres extérieurs à C3 Institute professionnels du secteur du commerce et du marketing et qui bénéficie d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans ce secteur.
En contrat d'apprentissage	X		Le jury de certification est composé de 4 personnes : - 2 membres du jury sont internes à C3 Institute dont le Directeur Général et le Directeur Adjoint. - 2 membres extérieurs à C3 Institute professionnels du secteur du commerce et du marketing et qui bénéficie d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans ce secteur.
Après un parcours de formation continue	X		Le jury de certification est composé de 4 personnes : - 2 membres du jury sont internes à C3 Institute dont le

			Directeur Général et le Directeur Adjoint. - 2 membres extérieurs à C3 Institute professionnels du secteur du commerce et du marketing et qui bénéficie d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans ce secteur.
En contrat de professionnalisation	X		Le jury de certification est composé de 4 personnes : - 2 membres du jury sont internes à C3 Institute dont le Directeur Général et le Directeur Adjoint. - 2 membres extérieurs à C3 Institute professionnels du secteur du commerce et du marketing et qui bénéficie d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans ce secteur.
Par candidature individuelle		X	-
Par expérience	X		Le jury de VAE est composé de : - 2 membres internes à C3 Institute - 2 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement dont l'un est président de jury

	Oui	Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie		X
Inscrite au cadre de la Polynésie française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Oui

Certifications professionnelles, certifications ou habilitations en équivalence au niveau européen ou international :

- Responsable marketing et communication délivré par Institut Promotion Formation
- Chef de projet marketing et commercial délivré par Ynov – ISEE
- Responsable commercial et marketing délivré par ICD
- Responsable en marketing et développement commercial délivré par Association Groupe Essec
- Développeur (se) commercial(e) et marketing délivré par Association Pour Le Développement De L'enseignement Commercial Et De La Gestion ADEC
- Responsable commercial en marketing digital délivré par Institut Supérieur De Commerce Et Marketing De Toulouse - ADEFI FORMATION -EDUCSUP
- Licence professionnelle commerce spécialité marketing et communication délivrée par le ministère de l'enseignement supérieur Licence professionnelle métier du marketing opérationnel délivrée par le ministère de l'enseignement supérieur

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en équivalence :

N° de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en équivalence	Nature de l'équivalence (totale, partielle)

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

RS5167 - Contribuer à la direction marketing et commerciale de l'entreprise - GIP Grand Dax Développement

BASE LÉGALE

Date de décision	10-02-2021
Durée de l'enregistrement en années	2
Date d'échéance de l'enregistrement	10-02-2023

POUR PLUS D'INFORMATIONS**Statistiques :**

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2019	460	0	84	79	82
2018	401	0	71	68	81

Lien internet vers le descriptif de la certification :

<http://c3groupe.com/>

Organisme(s) préparant à la certification :

Nom légal	Rôle
LA FABRIK	Habilitation pour former
ESPACE FORMATION DES TECHNIQUES INFORMATIQUES INDUSTRIELLES ET COMMERCIALES	Habilitation pour former
ENSEIGNEMENT FORMATION INSERTION PROMO	Habilitation pour former
STK	Habilitation pour former
IMT	Habilitation pour former
Alienor Formation	Habilitation pour former
IFIDE	Habilitation pour former
ISFAC	Habilitation pour former
CESAME SUP	Habilitation pour former
ESCAM	Habilitation pour former
C3 CFA	Habilitation pour former et organiser l'évaluation
CALPE	Habilitation pour former
EURO MEDIA FORMATION	Habilitation pour former
SAS Lecole	Habilitation pour former
BP CONSEIL FORMATION	Habilitation pour former
EBM BUSINESS SCHOOL	Habilitation pour former
INST ETUDE FORMATION A GENEALOGIE PROF	Habilitation pour former
CFP ECOLE NANTAISE DE COMMERCE-ENC	Habilitation pour former
PROVENCE FORMATION	Habilitation pour former
ESLAP - Ecole supérieure libre d'art de Paris	Habilitation pour former
BILLIERES BUSINESS SCHOOL	Habilitation pour former
FORMASO	Habilitation pour former
TRIPHASE FORMATIONS	Habilitation pour former
IMPROCOM FORMATION	Habilitation pour former
Ecole Ruffel Servian	Habilitation pour former

Altea formation	Habilitation pour former
COLLEGE STE ELISABETH	Habilitation pour former
CESPB	Habilitation pour former
Ecole Supérieure de Négociation d'Affaires	Habilitation pour former
ECOLE SUP'PARIS	Habilitation pour former
ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE ELECTRONIQUE ET D'EC	Habilitation pour former
ISPN	Habilitation pour former
STEPHANE AUGER COM	Habilitation pour former
SCHOLA.2	Habilitation pour former
NEXT-U	Habilitation pour former
ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE DE SALLANCHES	Habilitation pour former
DPH FORMATION CONSEIL ET DEVELOPPEMENT	Habilitation pour former
FDM GROUPE	Habilitation pour former
INSTITUT FORMATION CONSEIL	Habilitation pour former
Les anglades	Habilitation pour former
Formavar	Habilitation pour former
ISPN CHERBOURG	Habilitation pour former
NEW CONCEPT FORMATION	Habilitation pour former
OPTIMA BUSINESS SCHOOL	Habilitation pour former
CCI CHARENTE FORMATION	Habilitation pour former
ASS LOI 1901 C3 CFA	Habilitation pour former et organiser l'évaluation
ENSUP	Habilitation pour former
ATK CONSEILS	Habilitation pour former
MENSA FORMATION	Habilitation pour former
C3 CFA SAS	Habilitation pour former
C3 CVL	Habilitation pour former
IFC	Habilitation pour former

ACCOMPAGNEMENT ET FORMATION POUR LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES	Habilitation pour former
INSTITUT DES METIERS NETWORK	Habilitation pour former
ESPACE REUSSITE	Habilitation pour former
GRAND SUD FORMATION	Habilitation pour former
OGEC SACRE COEUR LA SALLE - ANGERS	Habilitation pour former
I.F.T.E AIX.	Habilitation pour former
AJC ASSOCIES	Habilitation pour former
I E S A	Habilitation pour former
Formation et Entreprise	Habilitation pour former
INSTITUT POUR LA FORMATION CONTINUE	Habilitation pour former
ECOFAC EVOLUTION	Habilitation pour former
DIJON FORMATION	Habilitation pour former
Groupement de la vente et de l'exportation	Habilitation pour former

Certification(s) antérieure(s) :

N° de la fiche	Intitulé de la certification remplacée
RNCP20504 (/recherche/rncp/20504)	RNCP20504 - Responsable marketing opérationnel

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation
<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/documentDownload/20793/197648>