



Mise à jour : 28.06.2022

TP Directeur marketing et commercial

NIVEAU DE CERTIFICATION

VII

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE NSF

312n Etudes de marchés et projets
commerciaux

NIVEAU FRANÇAIS

I

CODE-ROME

M1707 : Stratégie commerciale M1705 :
Marketing

Présentation

L'objectif de cette certification est de former le titulaire à assurer l'élaboration des politiques marketing et commerciale de l'entreprise dans le respect de la stratégie poursuivie par la direction générale et des budgets fixés. Il formalise les décisions prises dans le cadre de plans (plans marketing et plan d'action commerciale) et il suit et contrôle les mises en œuvre sur le terrain. Ce professionnel développe la présence de l'entreprise sur ses marchés par l'application de plans d'action à plus ou moins long terme. Il est responsable du plan marketing (ou marketing mix), il élabore les outils et les instruments de la politique commerciale en relation avec les services techniques (bureau d'études) et les commerciaux. Il supervise l'ensemble des activités marketing, communication et publicité de l'entreprise. L'aspect conception domine dans cette fonction : études produit, études de marché, conception des opérations de lancement et de promotion.

Les compétences

Le titulaire de la certification est capable de :

- Concevoir les instruments de veille concurrentielle et piloter les études de marché afin de permettre à l'entreprise d'identifier et de hiérarchiser les évolutions de la demande, les compétences distinctives des concurrents, et les évolutions des facteurs d'influence (technologiques, économiques, politiques et sociologiques)
- Analyser les différentes informations collectées pour établir le diagnostic externe de l'environnement de l'entreprise (demande, offre, facteurs d'influence, rôle des différentes parties prenantes)
- Piloter la mise en place et les évolutions d'un système d'information marketing performant afin de favoriser l'efficacité des décisions marketing et de mesurer la performance des actions marketing et commerciales engagées
- Elaborer, en coordination avec les autres membres du comité de direction de l'entreprise, le(s)



plan(s) stratégique(s) (à long terme) en fonction des différentes options stratégiques retenues afin de présenter un plan de développement de l'entreprise compatible avec l'environnement et les moyens de celle

- ci.
- Articuler ce(s) plan(s) stratégique(s) avec le plan marketing et le plan d'action commerciale afin d'assurer la mise en œuvre opérationnelle du plan de développement de l'entreprise
- Identifier les segmentations marketing pertinentes afin de gérer pour chaque cible retenue l'offre Produits/Services/Prix de l'entreprise et de valoriser les éléments de mise sur le marché : distribution / Forces de vente / Communication
- Budgéter le plan marketing afin de s'assurer de sa compatibilité avec les moyens confiés par l'entreprise
- Elaborer les outils de pilotage financiers afin de suivre l'implémentation de la stratégie marketing et commerciale et d'engager des actions correctives
- Mobiliser ses capacités de leadership et ses compétences managériales afin d'animer les équipes autour des objectifs marketing et commerciaux de l'entreprise

Voie d'accès

- ✓ Formation continue
- ✓ Contrat de professionnalisation
- ✓ VAE

Organismes certificateur

- Institut Français de Gestion (IFG CNOF)

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Responsable marketing H/F
- Chef(fe) de produit