

# Responsable marketing opérationnel

**Active**

**N° de fiche**

**RNCP20504**

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

Code(s) NSF :

312p : Gestion des échanges commerciaux

Date d'échéance de l'enregistrement : **04-01-2021**

## CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	Nom commercial	Site internet
C3 INSTITUTE	-	-

## RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

### Activités visées :

Le responsable marketing opérationnel est chargé d'élaborer et de proposer à sa direction les grandes lignes de la stratégie commerciale de l'entreprise. Pour cela, il recueille les informations sur les attentes des clients et sur la concurrence.

À l'écoute de l'évolution du marché et des informations collectées sur le terrain, le responsable marketing réalise des analyses marketing pointues.

Il analyse les ventes et donne les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit ; il participe à la définition du plan marketing (catalogues, études de marché, argumentaires...) et il contribue à l'élaboration de la stratégie produits et image de marque.

À partir de ces études, il a pour rôle de déceler et d'évaluer les opportunités du marché et d'établir un plan d'action. Parallèlement à ces compétences d'analyse et de synthèse, le responsable marketing doit posséder des compétences financières et juridiques, maîtriser l'informatique de gestion et parler une deuxième langue étrangère, l'anglais est indispensable.

Le Responsable Marketing Opérationnel exerce 5 activités, quelle que soit la fonction spécifique dans laquelle il intervient :

- A1 – Réaliser des études de marché : étudier des marchés et des secteurs d'activité, analyser des caractéristiques produit, identifier et analyser les concurrents de marchés
- A2 – Analyser des positionnements d'offres et de produits : Etudes de stratégies de positionnement d'offres, études de clientèle cible
- A3 – Concevoir des actions de marketing opérationnel : Conception d'action de marketing opérationnel, réalisation de budgets prévisionnels d'opération, présentation de propositions d'actions
- A4 – Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing : programmation et planification de déroulements d'actions, management d'équipes et de prestataires, suivi de déroulement d'opérations.
- A5 – Valoriser les impacts des actions de marketing opérationnel : analyse des retombées d'impacts, valorisation de résultats d'action de marketing opérationnel, réalisation de bilan d'actions marketing

### Compétences attestées :

Le titulaire est capable de :

- 1 – Structurer des projets d'études marketing
- 2 – Analyser les caractéristiques produits

- 3 – Etudier des stratégies de positionnement d'offre
- 4 – Etudier des clientèles cibles
- 5 – Concevoir des actions de marketing opérationnel
- 6 – Réaliser des budgets prévisionnels d'opérations
- 7 – Présenter des propositions d'action et préconiser des choix
- 8 – Programmer et planifier le déroulement des actions de marketing
- 9 – Manager des équipes et des prestataires
- 10 – Suivre le déroulement des opérations
- 11 – Analyser les retombées et impacts d'actions de marketing
- 12 – Valoriser les résultats d'actions de marketing opérationnel
- 13 – réaliser le bilan d'actions marketing.

**Modalités d'évaluation :**

## BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP20504BC01  Concevoir des actions de marketing Opérationnel	<p><b>Compétences certifiées au sein du Bloc :</b></p> <p>Concevoir des actions de marketing opérationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser des problématiques et des objectifs de clients. Etude des historiques et des actions de marketing précédemment réalisées par des clients</li> <li>- Analyser des images et des stratégies de positionnement d'entreprises sur des marchés</li> <li>- Etudier des objectifs d'opérations marketing</li> <li>- Rechercher, sélectionner et décliner des concepts d'opérations marketing en fonction des attentes des clients</li> <li>- Etudier la faisabilité d'actions et d'opérations marketing</li> </ul> <p>Réaliser des budgets prévisionnels d'opération</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estimer des coûts d'opérations et réaliser des budgets prévisionnels</li> <li>- Estimer des impacts et des retombées d'actions de marketing opérationnel</li> <li>- Justifier des propositions d'actions et des perspectives de résultats et d'impacts</li> <li>- Détailler des contenus et des phases d'opérations</li> <li>- Adapter des formats d'opérations à des besoins et des attentes de clients</li> </ul> <p>Présenter des propositions d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter, conseiller et préconiser des choix d'actions à des clients</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>A partir d'un cas réel d'entreprise, les candidats analysent et préconisent des solutions d'action de marketing opérationnel.</p> <p>Ce travail en groupe donne lieu à une soutenance orale de 45 minutes devant un jury durant laquelle un support écrit est rendu. Les candidats disposent de 30 jours pour préparer leur soutenance.</p> <p>Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.</p> <p><b>Intitulé du certificat délivré :</b> Concevoir des actions de marketing Opérationnel</p>	

<p>RNCP20504BC02</p> <p>Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing</p>	<p><b>Compétences certifiées au sein du Bloc :</b></p> <p>Programmer et planifier le déroulement des actions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser des déroulés d'actions de marketing opérationnel</li> <li>- Etudier des programmations, analyser des conformités de déroulements de phases et d'opérations</li> <li>- Analyser des comptes rendus et des bilans d'opérations</li> <li>- Recenser et analyser des incidents rencontrés dans des mises en place d'opérations</li> <li>- Rechercher les origines et causes de problèmes rencontrés</li> <li>- Evaluer des performances d'outils de pilotage et de suivi d'opérations</li> </ul> <p>Manager des équipes et des prestataires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser les fonctionnements avec des prestataires</li> <li>- Rechercher des modes de management adaptés à des réalisations d'opérations marketing</li> </ul> <p>Suivre le déroulement d'opérations</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier et étudier des points stratégiques dans la réussite d'opérations de marketing opérationnel</li> <li>- Evaluer les impacts d'incidents ou de problèmes de conduites de projets sur des résultats et des retombées d'opérations</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Présentation d'un rapport d'expérience sur un cas réel ou étudié lié à la mise en place d'actions de marketing opérationnel.</p> <p>Lors de cette épreuve, les candidats doivent soutenir un rapport rédigé suite à une expérience professionnelle réalisée au cours de leur parcours ou étudié. Le rapport doit porter sur une problématique en lien avec la mise en place d'actions de marketing opérationnel.</p> <p>Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.</p> <p><b>Intitulé du certificat délivré :</b> Piloter des réalisations d'opérations et d'actions marketing</p>	
<p>RNCP20504BC03</p> <p>Valoriser des impacts d'actions de marketing opérationnel</p>	<p><b>Compétences certifiées au sein du Bloc :</b></p> <p>Analyser les retombées et impacts d'actions de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir des critères d'évaluation</li> <li>- Structurer des démarches et des outils d'analyses pour mesurer des impacts et des retombées d'opérations</li> <li>- Réaliser des enquêtes et des entretiens pour réaliser des évaluations qualitatives d'opérations, traitement des résultats</li> <li>- Rechercher les impacts directs et indirects d'opérations et d'actions de marketing opérationnel</li> </ul> <p>Valoriser les résultats d'actions de marketing opérationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir des méthodes de valorisation d'impacts et de retombées d'actions adaptées à des types d'opérations et aux objectifs</li> <li>- Réaliser des valorisations d'opérations de marketing opérationnel</li> </ul> <p>Réaliser le bilan d'actions marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter les conclusions d'études d'impacts et de retombées d'opérations marketing</li> <li>- Interpréter et expliquer les résultats d'études d'impacts et de valorisations</li> <li>- Rechercher les causes et les origines possibles de résultats d'études d'impacts</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>En lien avec des opérations / actions de marketing opérationnel réalisés en milieu professionnel, les candidats doivent réaliser et présenter les résultats d'une étude d'impacts</p> <p>Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.</p> <p><b>Intitulé du certificat délivré :</b> Valoriser des impacts d'actions de marketing opérationnel</p>	

<p>RNCP20504BC04</p> <p>Analyser des positionnements d'offres et de produits</p>	<p><b>Compétences certifiées au sein du Bloc :</b></p> <p>Etudier des stratégies de positionnement d'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractériser des produits ou des activités</li> <li>- Etudier des marchés de types de produits et d'activités</li> <li>- Analyser des enjeux d'entreprises liés à des types de prestations ou à des gammes de produits</li> <li>- Etudier des tendances et des évolutions de marchés et de secteurs d'activités</li> <li>- Analyser des stratégies et des objectifs de commercialisation de produits et d'offres</li> </ul> <p>Etudier des clientèles cibles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir des profils de clients types</li> <li>- Evaluer des adéquations de positionnements d'offres</li> <li>- Adapter des positionnements de produits et des présentations d'offres à des profils type de clients</li> <li>- Définir des problématiques et des enjeux de positionnements de produits en fonction des publics ciblés</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>A partir d'une étude de cas et de ses annexes sur un produit ou un service (activité, prestation, produit, etc.), le candidat doit élaborer une stratégie d'implantation ou et de lancement sur un marché ciblé.</p> <p>Lors de cette épreuve, les candidats sont confrontés à une problématique d'entreprise. A partir des documents fournis, ils disposent de 4 heures pour élaborer et remettre une stratégie de positionnement du ou des produits sur un marché.</p> <p>Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.</p> <p><b>Intitulé du certificat délivré :</b> Analyser des positionnements d'offres et de produits</p>	
<p>RNCP20504BC05</p> <p>Réaliser des études de marché</p>	<p><b>Compétences certifiées au sein du Bloc :</b></p> <p>Structurer des projets d'études marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sélectionner et adapter des méthodes et des techniques d'analyse de marché</li> <li>- Rechercher et analyser des informations et des données sur des marchés et des secteurs d'activités (enquêtes, guides d'entretien...) et traiter les résultats</li> </ul> <p>Analyser des caractéristiques produit et assurer une veille concurrentielle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Répertorier et classer des acteurs de marchés</li> <li>- Analyser des offres de prestations et de produits</li> <li>- Etudier des caractéristiques de produits</li> <li>- Identifier et positionner des concurrents sur des marchés</li> <li>- Positionner des acteurs sur des marchés</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation :</b></p> <p>Réalisation d'une étude de marché liée à un produit ou à une activité à partir d'un dossier fourni.</p> <p>Les candidats auront 4 heures pour réaliser l'étude de marché</p> <p>L'étude est évaluée à partir des supports écrits remis et des annexes éventuelles.</p> <p>Ce bloc de compétence est certifié. Il donne lieu à une évaluation et une validation.</p> <p><b>Intitulé du certificat délivré :</b> Réaliser des études de marché</p>	

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

## SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

### Secteurs d'activités :

On retrouve le poste de responsable marketing opérationnel dans un grand nombre d'entreprises, petites ou grandes, tous secteurs confondus (services, industries, biens de consommation) et aussi dans des cabinets de conseils. Le responsable marketing dépend généralement du directeur de l'entreprise ou du directeur marketing. Ce métier suppose

des contacts divers en interne (production, R&D, achats, ventes) comme en externe (publicité, clients...), ainsi que de fréquents déplacements.

### Type d'emplois accessibles :

- Responsable projets marketing
- Responsable des études marketing
- Chargé d'études marketing
- Ingénieur d'affaires,
- Chef de marché,
- Chef de produit,
- Chef de marque,
- Ingénieur marketing,
- Consultant marketing,
- Attaché commercial,
- Responsable de la performance marketing

### Code(s) ROME :

D1406 - Management en force de vente  
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		5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
En contrat d'apprentissage	X		5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
Après un parcours de formation continue	X		5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
En contrat de professionnalisation	X		5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique

Par candidature individuelle	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique
Par expérience	X	5 personnes : - 4 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement, dont l'un est président du jury - Le Directeur Pédagogique

	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 : Non

### BASE LÉGALE

-

Référence au(x) texte(s) règlementaire(s) instaurant la certification :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
-	Arrêté du 19 novembre 2014 publié au Journal Officiel du 29 novembre 2014 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour quatre ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable marketing opérationnel(le)" avec effet au 09 juillet 2009, jusqu'au 29 novembre 2018.

Référence autres (passerelles...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
-	Arrêté du 27 décembre 2018 publié au Journal Officiel du 4 janvier 2019 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour deux ans, au niveau II, avec effet au 29 novembre 2018, jusqu'au 4 janvier 2021.

Date du premier Journal Officiel ou Bulletin Officiel : 29-11-2014

**POUR PLUS D'INFORMATIONS****Statistiques :****Lien internet vers le descriptif de la certification :****Organisme(s) préparant à la certification :**

Nom légal	Rôle
CFP ECOLE NANTAISE DE COMMERCE-ENC	Habilitation pour former
ENSEIGNEMENT FORMATION INSERTION PROMO	Habilitation pour former
I.F.T.E AIX.	Habilitation pour former
OGEC SACRE COEUR LA SALLE - ANGERS	Habilitation pour former
INSTITUT DE FORMATION TERTIAIRE DES ENTREPRISES DU SUD	Habilitation pour former
AJC ASSOCIES	Habilitation pour former
ALTERNANCE FORMATION	Habilitation pour former
ALTEA FORMATION	Habilitation pour former
ALTERNA COMPETENCES	Habilitation pour former
ALTERNANCE EXXECC	Habilitation pour former
BLEU CONCEPT FORMATION	Habilitation pour former
ASSOCIATION DU BUREAU DES ARTS DU BREST OPEN CAMPUS	Habilitation pour former
SARL CITE FORMATION	Habilitation pour former
DIJON FORMATION	Habilitation pour former
SARL COACHING PACA	Habilitation pour former
ECOLE SUPERIEURE DES AFFAIRES DE BRETAGN	Habilitation pour former
ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET D'EXPORTATION	Habilitation pour former

I E S A	Habilitation pour former
INSTITUT POUR LA FORMATION CONTINUE	Habilitation pour former
STE D'EXPLOITATION RUFFEL BEZIERS	Habilitation pour former
INSTITUT FORMATION CONSEIL	Habilitation pour former
ISFAC	Habilitation pour former
ISPN	Habilitation pour former
LECOLE	Habilitation pour former
TRIPHASE FORMATIONS	Habilitation pour former
CENTRE D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR D'ADMINISTRATION ET DE MANAGEMENT DES ENTREPRISES SUP	Habilitation pour former
LES ANGLADES	Habilitation pour former
INSTITUT DE FORMATION A L'INFORMATIQUE POUR LE DEVEL DE L'ENTREPRISE ALSACE	Habilitation pour former
ESNA (ECOLE SUPERIEURE DE NEGOCIATION D'AFFAIRES)	Habilitation pour former
OPTIMA BUSINESS SCHOOL	Habilitation pour former
ECOLE SUP'PARIS	Habilitation pour former
ENSUP	Habilitation pour former
ESCEN	Habilitation pour former
FDM GROUPE	Habilitation pour former
CALPE	Habilitation pour former
FORMAVAR	Habilitation pour former
BP CONSEIL FORMATION	Habilitation pour former
PROVENCE FORMATION	Habilitation pour former



FORMASO	Habilitation pour former
ESPACE REUSSITE	Habilitation pour former
ESPACE FORMATION DES TECHNIQUES INFORMATIQUES INDUSTRIELLES ET COMMERCIALES	Habilitation pour former
EURO MEDIA FORMATION	Habilitation pour former
STK	Habilitation pour former

**Fiche au format antérieur au 01/01/2019**

**(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/downloadAncFormat/5144>)**