

Que deviennent-ils une fois diplômés ?
Enquête sur l'évolution professionnelle des trois dernières promotions¹.

Responsable commercial / marketing

Titre inscrit sur demande au Répertoire National des Certifications de niveau II organisé par l'Institut Commercial Supérieur de la vente (ICSV) du Cnam.

Codes ROME proches : M1707 stratégie commerciale, M1705 Marketing, D1406 management force de vente

Intitulés de postes : directeur de magasin ou de centre de profit ; chef de produit ; responsable marketing ; chef de groupe marketing ; responsable de département marketing ; ingénieur commercial ; chef des ventes / responsable d'équipe, chef de projet ; responsable de département en grande distribution.

Le titre répond à un besoin de compétences nouvelles exprimé par les employeurs

Les fonctions marketing et commerciales s'étoffent et, dans ce contexte, le responsable commercial et/ou marketing assume des responsabilités accrues et des tâches polyvalentes. Les métiers commerciaux et marketing se complexifient. La conquête du client, sa préservation sont aujourd'hui aussi importantes que la prospection et le développement des volumes d'affaires : la veille, l'appréciation des besoins des clients et la gestion de la relation client, sont des maîtrises indispensables pour le « responsable commercial/marketing » ceci se déclinant jusqu'à la mise en œuvre de projets-client².

Le « responsable commercial/marketing » a une bonne expertise de son entreprise et de son organisation, de la gestion des ressources humaines et de la gestion financière. Ces métiers émergents issus des fonctions commerciales et marketing sont des **métiers hybrides, des métiers passerelles** entre ces deux domaines. Le business développer, comme le trade marketer, le merchandiser, le category manager ou le directeur de la relation client, ont tous pour mission d'explorer les territoires de convergence entre le commercial et le marketing afin de renforcer la relation entre l'entreprise et son client d'où la nécessaire intégration de façon parallèle des compétences liées aux spécificités de la fonction commerciale et de la fonction marketing.

Le « responsable commercial/marketing » participe dans l'entreprise à la définition des stratégies commerciales et/ou marketing avec la direction.

Il a pour mission la mise en œuvre opérationnelle de cette stratégie selon les orientations définies par sa direction avec des objectifs de rentabilité économique (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques, etc.). Il est l'interface entre l'équipe de direction et la force de vente ou l'équipe marketing.

Il exerce dans tous types d'entreprises privées. Tous les secteurs d'activités sont concernés : l'industrie, les services, le secteur bancaire, la grande distribution et toutes les tailles d'entreprises (TPE, PME, PMI, grandes entreprises, etc.). Ce professionnel est un manager d'équipe et/ou un responsable de projet. Il travaille sous la responsabilité de la direction commerciale ou marketing de son entreprise ou entité. Il a en charge la responsabilité d'une équipe avec un effectif moyen de 3 à 10 personnes. Il gère cette équipe en autonomie et assure la responsabilité de ses résultats qu'il rapporte en direct à ses supérieurs : les directions commerciales et/ou marketing. Les budgets qu'il gère vont de 170 000 € à 650 000€.

Les candidats au diplôme... Qui sont-ils ?

Le public diplômé est mixte (46 % de femmes 54 % d'hommes). La moyenne d'âge à l'inscription est de 30 ans.

60 % des inscrits s'engagent en formation de leur propre initiative en finançant eux-mêmes leurs droits d'inscription pour suivre leur formation en cours du soir.

Ils arrivent pour la plupart (72 %) munis d'un Bac+2 essentiellement professionnel. Près de la moitié des inscrits détient un BTS. Ils sont 8 % à être entrés en formation avec un Bac ou moins. Cette certification constitue donc pour eux leur premier diplôme de l'enseignement supérieur.

Les inscrits sont à 85 % des actifs. Parmi ces actifs 71 % sont en emploi et 14 % demandeurs d'emploi.

Ces caractéristiques correspondent au public accueilli au Cnam. Des jeunes actifs en emploi majoritairement masculins.

¹ Enquête en mai 2008 auprès des promotions 2005-2006 et 2006-2007 et en avril 2010 auprès de la promotion 2007-2008. Ces enquêtes ont permis de recueillir l'évolution de la situation professionnelle de 309 diplômés sur les 647 diplômés des trois promotions.

² APEC, Les métiers des fonctions commerciales et marketing 2003

Le diplôme : une valeur certaine sur le marché du travail

Au moment de l'enquête, soit entre 1 et 2 ans après l'obtention de leur diplôme, 85 % des diplômés sont en emploi (71 % au moment de l'inscription). Ils sont 11 % à être demandeur d'emploi (14 % au moment de l'inscription). Les inactifs (étudiants et autres inactifs) ne sont plus que 4 % (15 % au moment de l'inscription).

Les deux tiers des certifiés enquêtés déclarent avoir connu une amélioration de leur situation professionnelle grâce à leur certification. Qu'il s'agisse d'une reconversion, d'une insertion professionnelle, d'une promotion ou tout simplement d'une ouverture nouvelle sur leur façon d'envisager leur carrière, de se positionner et de se relancer autrement sur le marché du travail ; le parchemin et le chemin pour y accéder constituent un tremplin dans leur parcours professionnel et personnel.

Près des trois quarts des certifiés n'ayant aucune expérience dans le domaine commercial ou marketing au moment de leur inscription travaillent au moment de l'enquête dans un de ces secteurs.

Dans les faits, ils sont 42% à occuper un poste de responsable commercial (ou intitulé correspondant).

L'autre partie des certifiés sans expérience dans le domaine sont demandeurs d'emploi. Il s'agit d'une insertion récente, 1 à 2 ans après la certification, pour cette catégorie, composée essentiellement d'étudiants à l'inscription.

Lors de l'inscription, près de la moitié des inscrits étaient situés sur des postes de niveau III/IV dans le secteur commercial, de type assistant commercial, assistant de direction, technico-commercial, etc. La moitié de ces diplômés ont accédé par la suite à un poste de niveau II.

Au moment de l'enquête, ils sont 33 % à être restés à un niveau III/IV. S'ils n'ont pas connu de promotion au vu des intitulés de professions/fonctions, la moitié d'entre-eux a connu une augmentation de son salaire (gain jusqu'à 21 600 euros annuels).

Les certifiés déjà en poste sur le poste cible ont pour près de la moitié connu une augmentation forte de salaire, 66 % ont un gain annuel de plus de 5 000€.

Le passage au statut cadre est aussi un indicateur majeur d'une évolution possible. Ce passage a été réalisé pour 44 % des diplômés. Les certifiés sont donc au total 62 % à avoir le statut cadre dans leur entreprise. Parmi ces cadres, 48 % sont en responsabilité d'équipe.

Au final, sur l'ensemble des certifiés, ils sont 80 % dans le secteur cible (commerce et marketing). Et plus précisément, 58 % sur la fonction cible de responsable commercial ou marketing.

Un tremplin pour changer d'emploi

L'accès à la certification est l'occasion de quitter son poste, de changer d'entreprise et se lancer avec plus de confiance, parchemin en main, à la recherche d'un nouvel emploi.

« Cela m'a permis d'avoir plus de confiance en moi et de partir de mon ancienne société pour prendre des responsabilités et obtenir un salaire plus intéressant » Commercial/chargé d'affaires

« J'ai choisi de quitter volontairement S... Cette formation, me permet de me repositionner sur le marché du travail pour faire évoluer ma carrière professionnelle. » Commercial/Manager

« Depuis l'obtention de ce diplôme, les cabinets de recrutements veulent me recevoir. » Cadre commercial. Chef de secteur

« Plus qu'un sésame, le diplôme m'a permis d'être plus crédible devant un recruteur grâce à une vision plus globale et une approche plus riche. » Directeur de concession/Management

Ils sont une dizaine à avoir quitté l'entreprise pour monter, en libéral, leur propre affaire.

Une amélioration de la situation professionnelle

Le diplôme permet aussi une amélioration des conditions de travail pour ceux qui sont déjà en poste. La certification permet d'élargir son champ de compétences, son champ d'action et de s'adapter aux nouvelles exigences du secteur et de la fonction (management notamment) et ainsi, de se différencier des autres.

« Je suis désormais apte à manager une équipe et à accéder à des postes de direction » Commercial

« Le diplôme me permet d'aborder mon métier avec une vision bien plus large qu'auparavant et surtout est un atout que je saurai mettre en valeur » Cadre commercial

La certification : une seconde chance

La formation permet à ceux qui avaient échoué dans leur parcours scolaire ou l'avait arrêté de façon trop précoce, une seconde chance pour accéder à une qualification professionnelle.

Nombreux sont ceux qui, faute de diplôme, ne pouvaient accéder aux écoles de commerce. Cette certification permet à des bac+2, issus pour la plupart des certifications technologiques et professionnelles, mais également des niveaux Bac, d'accéder à une certification professionnelle de niveau II.

« Ce niveau me permet de prétendre à d'autres formations qui sont accessibles, bien souvent, à partir d'un bac+3 (ex : Ecole des métiers de l'information EMI...) »

Le label Cnam : gage de sérieux

Les certifiés estiment qu'une certification du Cnam est en soi une valeur de prestige reconnue sur le marché du travail et déterminante pour l'insertion ou la mobilité :

« La renommée et le sérieux du CNAM m'a procuré une reconnaissance vis à vis des professionnels. » En études à plein temps

« CNAM reconnu et réputé dans le milieu professionnel. Formation connectée au milieu de l'entreprise, donc pertinente et opérationnelle, au cœur de ce qui se fait en entreprise actuellement. » Conseil, Promotion, Management/Attaché de presse, Management d'artistes

Le fait même de suivre des cours du soir, de s'engager dans une reconversion ou une quête de promotion professionnelle via une certification est un signe fort, et reconnu dans le monde du travail :

« Le fait que je sois en cours du soir a montré à mon employeur ma capacité de travail. Le Cnam est reconnu pour les valeurs de courage d'adultes voulant se surpasser professionnellement et accéder à de nouvelles fonctions. » Chef de secteur- Cadre commercial/Vente, merchandising, négociation

« Ce diplôme est comme un sésame reconnu dans le monde professionnel et permet de justifier sa motivation et ses capacités de travail. » Responsable commercial Export et marketing

Méthode d'enquête :

L'Observatoire des études et carrières (OEC) un service de la Direction du réseau (DIRE) a mené en mai 2008 et mai 2010 deux enquêtes portant au total sur 647 diplômés entre le 1^{er} octobre 2005 et le 30 septembre 2008.

Pour les promotions 2005-2006 et 2006-2007, deux modes de recueil des données ont été utilisés successivement, le premier est une enquête Internet, le second une enquête téléphonique.

En avril 2010, une enquête via internet a été mise en place pour déterminer le devenir des diplômés de la promotion 2007-2008.

Les informations demandées sont de deux types, des données socio-démographiques et des données sur l'emploi. Les données sur l'emploi portent sur trois temps du parcours de l'auditeur : la première inscription au Cnam, l'obtention du diplôme et la date de l'enquête, entre 6 mois et 3 ans après l'obtention du diplôme (selon les promotions de diplômés).

	2005-2006	2006-2007	2007-2008	Total
Nombre de diplômés	222	203	222	647
Nombre de répondants	90	120	99	309
Taux de réponse brut	41 %	59 %	45 %	48 %