

Responsable de développement et commercialisation en milieu industriel

RNCP1219 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	200w
Code(s) ROME	M1707, D1407, D1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande

Certificateur(s)

Chambre de commerce et d'industrie de l'Ain (CCI DE L'Ain)

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable de développement et commercialisation en milieu industriel exerce 4 fonctions principales :

1) Conception de la stratégie marketing et commerciale en Business to Business industriel

- Définition avec l'équipe de direction de la stratégie et de la politique commerciale de l'entreprise. Prévision des objectifs commerciaux à moyen terme
 - Définition de l'offre, du modèle de réflexion marketing (mise en place des systèmes d'information, de communication, d'organisation et de planification des hommes), positionnement et développement de l'offre
 - Définition de la stratégie des approvisionnements
 - Etude ou sélection des marchés et acteurs potentiels en tenant compte des spécificités commerciales et culturelles propres à chaque pays
 - Analyse des résultats (volume, contrôle des marges, évolution des parts de marché, chiffre d'affaires) et mise en œuvre des mesures correctives
 - Gestion des problèmes financiers, monétaires, juridiques et commerciaux inhérents au commerce international et à la spécificité culturelle du pays concerné
 - Gestion commerciale et administrative du centre de profit
 - Proposition et appui sur le terrain des actions commerciales de promotion, de publicité et d'information sur les produits
 - Participation à l'élaboration de la politique qualité
 - Préparation des plans d'investissements
 - Suivi de la stratégie commerciales des entreprises concurrentes
- 2) Construction et pérennisation de la relation client en milieu industriel, en amont et en aval de la négociation
- Gestion des flux de matières premières et de produits en amont de la production
 - Participation à l'élaboration des nouveaux produits
 - Qualification des services et contrôle de leurs coûts, valorisation des services aux yeux des bénéficiaires
 - Détermination des différents aspects de l'offre en milieu industriel
 - Ciblage de la clientèle et définition des stratégies correspondantes
 - Etablissement d'un diagnostic- détermination de la position visée et des objectifs
 - Proposition de nouvelles solutions techniques (produits)
 - Etablissement d'un plan de prospection (physique, téléphonique, publipostée, événementielle ...) à partir d'un fichier ou d'un ciblage effectué en amont
 - Budgétisation du Plan Annuel

- Assistance technique aux clients
- Réalisation des tableaux de bord (suivi commercial) à l'aide d'outils informatiques
- Analyse des résultats (volume, contrôle des marges, évolution des parts de marché, chiffre d'affaires) et mise en œuvre des mesures correctives

3) Négociation de la vente d'un produit/service en milieu industriel

- Préparation de la vente (définition des objectifs d'économie, collecte et analyse des informations relatives aux clients, à la concurrence, fixation des objectifs et des moyens, définition des besoins du client etc...)
- La vente : présentation du produit/ service industriel, conduite de l'entretien de négociation, préparation du contrat, contractualisation de la vente

4) Management d'une équipe de vente

- Recrutement, sélection et intégration des vendeurs
- Animation d'équipe
- Contrôle de la Force de Vente (contrôle des résultats, coûts, activité etc...)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Capacités attestées :

1) Conception d'une stratégie marketing et commerciale en Business to Business industriel

- Connaissance de l'économie des filières industrielles et des différentes stratégies commerciales en milieu industriel
- Connaissance et maîtrise des outils de contrôle de gestion, des techniques d'analyse des coûts
- Maîtrise des techniques d'analyse et de compréhension des stratégies d'intégration verticale
- Maîtrise des techniques de mise en œuvre et de gestion d'un système d'information
- Connaissance et maîtrise des techniques de conception d'une politique de communication interne et externe afin de développer les relations avec les principaux partenaires (sociaux, économiques, administratifs)
- Maîtrise des techniques d'analyse commerciale et marketing afin d'adapter la démarche marketing selon la nature des marchés à laquelle elle s'adresse
- Connaissance et maîtrise des techniques d'élaboration d'un plan d'investissement et de commercialisation, de grilles tarifaires et d'une étude de marché

2) Construction et pérennisation de la relation client en amont et en aval de la négociation

- Connaissance des étapes d'un plan de prospection et des principes d'exploitation d'un fichier
- Connaissance des garanties techniques, économiques et juridiques affaissant à la rédaction d'un contrat
- Connaissance et maîtrise des principes de gestion commerciale (calcul de ratios)
- Maîtrise des techniques d'analyse et de spécification des besoins d'un client
- Maîtrise des techniques de conseil et de vente technique afin de proposer le ou les produits adaptés
- Maîtrise des outils de gestion informatiques
- Maîtrise des techniques de suivi commercial et administratif

3) Négociation d'une vente ou d'un produit

- Connaissance et maîtrise des techniques de rédaction d'un cahier des charges, d'un appel d'offre (analyse des besoins, identification des prix, quantités, délais...)
- Connaissance des principes et des règles d'une négociation en milieu industriel
- Maîtrise des techniques de veille économique et conjoncturelle de l'Industrie (en France et à l'étranger)
- Connaissance et maîtrise des techniques de négociation commerciale et de rédaction d'un contrat
- Maîtrise des techniques de vente en milieu industriel

4) Management d'une équipe de vente

- Connaissance et maîtrise des techniques de vente d'un produit/ d'un service
- Connaissance et maîtrise des techniques et outils de gestion et d'animation d'une équipe
- Connaissances des principes de gestion des ressources humaines afin de définir les orientations de la politique GRH

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises des différents secteurs de l'industrie (mécanique, plastique, électrique, électronique, chimique...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Types d'emplois : Attaché commercial en biens d'équipements professionnels, en biens intermédiaires et matières premières, en biens de consommation auprès des entreprises, Responsable de la stratégie commerciale...

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 975 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	40 236
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE

Professionnels, universitaires, pédagogiques

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.esci-ain.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/1219/>