

Responsable de développement commercial

RNCP23936 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1707, D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	14/04/2017

Certificateur(s)

CCI France - Réseau Negoventis<http://www.cci.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Responsable de Développement Commercial est un cadre de l'entreprise qui travaille au sein d'un département commercial, sous la responsabilité du directeur commercial pour les entreprises importantes, ou directement auprès de la direction de l'entreprise pour celles qui sont de plus petite taille. Lorsqu'il intervient au sein de PME, il assure l'ensemble des activités commerciales de l'entreprise.

Quel que soit son secteur d'intervention, le Responsable du Développement Commercial possède un vaste champ d'activités et cette fonction est stratégique pour l'entreprise car elle constitue un vecteur de croissance qui influe directement sur ses performances commerciales.

En règle générale, il intervient dans la vente de produits ou de services auprès d'autres professionnels (« B to B »), sauf quelques exceptions comme, par exemple, dans le cas de la gestion patrimoniale pour des particuliers. Dans ce cadre, il exerce au sein d'un établissement bancaire, dans le secteur de l'assurance ou en agence immobilière et sa clientèle est constituée plutôt de grands comptes.

Ce professionnel exerce des fonctions relevant des 4 grands domaines d'activité suivants :

A - Contribution à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise

B - Négociation des ventes

C - Management du développement de son activité

D - Encadrement - animation d'équipe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les capacités attestées :

A - Contribution à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise

- A1-Afin de contribuer à la progression de son chiffre d'affaires, organiser le développement commercial de sa zone en mettant en œuvre une fonction de veille stratégique et en s'inscrivant dans différents réseaux professionnels

- A2-À partir des orientations stratégiques de l'entreprise et de son plan marketing, décliner les plans d'actions commerciaux à conduire sur sa zone afin d'atteindre le CA fixé

B - Négociation des ventes

- B1-En tenant compte des caractéristiques de sa zone et des moyens à sa disposition, mettre en œuvre ou piloter la mise en œuvre de la prospection en sélectionnant les modes et les actions les plus pertinents au regard du public cible, des objectifs à atteindre et des caractéristiques de la zone

- B2-Après avoir analysé les demandes et les besoins des clients ou prospects rencontrés, et avoir vérifié leur solvabilité, construire une offre adaptée au diagnostic posé à partir des différents produits ou services proposés par

son entreprise

- B3-En élaborant sa stratégie et en identifiant les leviers sur lesquels agir, conduire une négociation permettant de conclure positivement la vente tout en respectant le cadre fixé par sa direction

C - Management du développement de son activité

- C1-En s'inscrivant dans les orientations stratégiques de l'entreprise, manager les activités d'un service en optimisant son fonctionnement afin de contribuer au développement de son chiffre d'affaires

D - Encadrement - animation d'équipe

- D1-En organisant sa force de vente, manager une équipe de commerciaux en suivant les activités et résultats atteints et en mettant en œuvre des modalités d'accompagnement qui contribuent à la mobilisation et à la professionnalisation de ceux-ci.

Blocs de compétences

RNCP23936BC01 — Contribuer à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

définir l'approche méthodologique à utiliser afin d'élaborer les différentes étapes des projets et actions à conduire, depuis le recueil et l'analyse des données jusqu'à la mise en œuvre et l'évaluation des résultats atteints

analyser les ressources et opportunités de la zone identifiée afin de définir les potentialités qui peuvent en être dégagées et les menaces qui sont à gérer

positionner son entreprise ou son offre au regard du marché et de la concurrence afin d'identifier les sources de développement potentiel

identifier les nouvelles offres qui pourraient être faites afin de les proposer en les argumentant, à sa direction

définir les cibles à approcher au regard des nouveaux produits ou services à offrir, en évaluant l'importance stratégique de ses clients et prospects

sélectionner les nouvelles actions à conduire afin de dynamiser sa zone et de les intégrer au plan d'action commerciale et à la campagne de prospection à mettre en œuvre

s'inscrire dans différents réseaux locaux et régionaux afin de créer de nouveaux contacts et de se tenir informé de l'état de sa zone et du marché

participer à des manifestations professionnelles ou privées qui contribueront à donner des indications sur les évolutions du marché et des tendances du secteur

définir une méthodologie de recueil et de traitement des informations afin de sélectionner celles qui peuvent avoir une importance stratégique au regard de la politique de son entreprise

repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration du PAC en vérifiant auprès des différentes directions la pertinence des éléments à sa disposition

évaluer ce qui a soutenu ou freiné la réalisation du PAC afin d'en tirer des enseignements pertinents pour l'élaboration du nouveau plan d'action

décliner le plan stratégique de l'entreprise en actions à conduire sur la zone en tenant compte des cibles visées et du positionnement de son offre sur le marché

planifier les différentes actions en s'assurant de la disponibilité des moyens nécessaires et en déterminant les objectifs opérationnels à atteindre à chacune des grandes étapes de réalisation du PAC

décider du dispatching de son portefeuille client afin d'optimiser les actions à conduire par les différents collaborateurs au regard de leur profil de compétences et des objectifs à atteindre

élaborer le budget nécessaire à la réalisation du PAC en vue de sa négociation avec la direction

négocier avec sa direction le PAC, tant au niveau des actions à conduire que des moyens financiers à mobiliser en développant un argumentaire pertinent

décider des évolutions à apporter au PAC en effectuant les actions correctives nécessaires au regard des résultats obtenus

faire remonter auprès de la direction les analyses du terrain qui contribueront à nourrir la réflexion stratégique de l'entreprise

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant)

1) Dossier écrit à rédiger en production individuelle comportant :

- Une analyse concurrentielle et positionnement

- Une proposition d'une nouvelle offre produit/service/cible/méthode/organisation
- L'élaboration d'un PAC argumenté à partir de la stratégie marketing de l'entreprise

2) Validation du bloc professionnel

En formation continue (salarié)

Dossier écrit à rédiger en production individuelle comportant :

- Une analyse concurrentielle et positionnement
- Une proposition d'une nouvelle offre produit/service/cible/méthode/organisation
- L'élaboration d'un PAC argumenté à partir de la stratégie marketing de l'entreprise

Ou

Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée

Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation

Le bloc est certifiable par la VAE

RNCP23936BC02 — Négociateur des ventes

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

détecter les appels d'offres privés et publics afin de sélectionner ceux sur lesquels il est pertinent de se positionner
sélectionner les actions de prospection pertinentes et innovantes à mettre en œuvre, au regard des publics cibles et de leurs caractéristiques

organiser le plan de prospection en tenant compte des caractéristiques de sa zone et en fixant les objectifs à atteindre par chacun des membres de l'équipe

planifier les actions de prospection à conduire en optimisant leurs conditions de réalisation, notamment au niveau des déplacements, et en établissant les modalités et les outils de suivi à mettre en œuvre

rédiger ou superviser la rédaction des supports de communication qui seront utilisés durant la campagne de prospection

recueillir, par différents moyens, des informations complémentaires sur ses besoins et sur le processus de prise de décision interne en matière d'achat

conduire des entretiens de découverte permettant d'obtenir un maximum d'informations sur l'entreprise, ses besoins, ses modes d'achat, ses fournisseurs actuels

évaluer les résultats des actions de prospection au niveau du développement du portefeuille client afin de définir les actions correctives à mettre en place au regard des objectifs à atteindre

analyser les résultats afin d'identifier les informations pertinentes à faire remonter à la direction en vue d'alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise et d'en tirer des enseignements pour les prochaines campagnes

analyser les spécificités de l'appel d'offres notamment lorsqu'il s'agit d'une consultation des marchés publics, en repérant les règles à respecter

analyser la politique d'achat de l'entreprise, notamment la place et le rôle du service achat et de ses acheteurs dans le processus de prise de décision

effectuer le diagnostic sur les besoins de l'entreprise, sur sa solvabilité afin de déterminer

l'intérêt à ce qu'elle devienne cliente

construire une solution adaptée à l'entreprise en combinant les différentes possibilités offertes par les prestations de celle-ci et en respectant le cadre législatif en vigueur

conseiller son client sur de nouvelles propositions plus innovantes lui permettant de s'inscrire dans les évolutions du marché

et d'améliorer son positionnement au regard de la concurrence

calculer le coût de revient de celle-ci en collectant les différentes composantes du calcul de la chaîne des coûts (production, logistique, commercialisation...), afin d'établir un prix de vente qui tient compte des objectifs à atteindre et des contraintes de réalisation

structurer une proposition commerciale

professionnelle et attractive en développant un argumentaire précis et en vérifiant la qualité du document support, tant au niveau du fond que de la forme

identifier les acteurs clefs avec lesquels mener les négociations, leurs enjeux et le poids de chacun d'entre eux dans le processus de prise de décision

élaborer plusieurs scénarios de négociation possible en définissant les points forts et les faiblesses de chacun d'entre eux

élaborer la stratégie de négociation qui paraît optimale pour conclure favorablement la vente, en déterminant les objectifs à atteindre, les modalités de conduite de la négociation, les concessions et contreparties à proposer
conduire un entretien de négociation en analysant les modes de communication verbaux et non verbaux de son ou ses interlocuteurs et en émettant des hypothèses sur leurs significations quant au déroulement de la négociation
prendre en compte les arguments et objections de son ou ses interlocuteurs en développant, pour chaque point évoqué, un argumentaire adapté

valider les points d'accords qui sont conclus, en effectuant des reformulations et des synthèses partielles ou finales
évaluer le moment critique de la prise de décision en identifiant à quel moment passer éventuellement la main à sa direction lorsqu'il s'agit d'une vente représentant de très forts enjeux pour son entreprise
conclure la vente en vérifiant avec l'accord du client, les différents termes de la proposition commerciale à passer
collaborer à la rédaction du contrat avec le service juridique en veillant à sa réalisation selon les accords conclus et en effectuant le suivi de la vente

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant) :

Etude de cas : Mettre en œuvre une démarche de prospection/définir une stratégie de prospection

Validation du bloc professionnel

En formation continue (salarié)

Etude de cas : Mettre en œuvre une démarche de prospection/définir une stratégie de prospection

Ou

Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc, 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée

Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation

Le bloc est certifiable par la VAE

RNCP23936BC03 — Manager le développement de son activité

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif

définir l'organisation générale du service et les grandes missions de chacun des collaborateurs du service

définir les postes et le profil des professionnels à recruter afin d'étoffer son service

élaborer le budget de fonctionnement du service en mettant en place les outils de suivi et de reporting de son activité

évaluer le coût de fonctionnement de son service et le coût du travail effectué par chacun des collaborateurs du service

effectuer le diagnostic financier du fonctionnement interne du service afin d'identifier les actions à mettre en place pour optimiser son fonctionnement et accroître son rendement

analyser son fonctionnement général et les résultats atteints afin d'en faire le reporting à sa direction et de déterminer les actions à mettre en place pour le nouvel exercice

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant) :

Etude de cas : Analyse de l'activité et élaboration d'un budget prévisionnel

Validation du bloc professionnel

En formation continue (salarié)

Etude de cas : Analyse de l'activité et élaboration d'un budget prévisionnel

Ou

Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée

Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation

Le bloc est certifiable par la VAE

RNCP23936BC04 — Animer et encadrer une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

collaborer avec le service des ressources humaines au recrutement de nouveaux professionnels

organiser le travail à produire par chacun, en expliquant les orientations des actions à conduire, les objectifs à atteindre et les moyens à mobiliser

choisir un mode managérial adapté à l'animation des professionnels à mobiliser sur l'action et permettant de résoudre

les problèmes et conflits qui peuvent surgir
 sélectionner les actions qui contribueront à mobiliser et à impliquer chacun des collaborateurs
 définir les modalités de suivi de proximité ou à distance à mettre en place afin de disposer des informations nécessaires au contrôle des activités réalisées
 animer différentes réunions permettant de suivre l'état d'avancement des activités et de résoudre les problèmes techniques posés
 mettre en œuvre une méthodologie d'accompagnement, d'analyse et de résolution de problèmes permettant d'aider à trouver des solutions adaptées
 effectuer le suivi et le contrôle des activités réalisées par chacun des collaborateurs en identifiant les points forts et les faiblesses de chacun d'entre eux
 réaliser les entretiens annuels d'évaluation de chacun des collaborateurs en définissant également les actions de formation et de professionnalisation à mettre en œuvre

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant) :

Etude de cas : Gérer une situation managériale

Epreuves orales : conduire un entretien professionnel avec ses collaborateurs et animer une réunion de travail

Validation du bloc professionnel

En formation continue (salarié)

Etude de cas : Gérer une situation managériale

Epreuves orales : conduire un entretien professionnel avec ses collaborateurs et animer une réunion de travail

Ou

Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée

Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation

Le bloc est certifiable par la VAE

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable de Développement Commercial peut intervenir sur tous les secteurs d'activités : industrie, service et distribution, et notamment auprès des entreprises suivantes :

- Grandes entreprises, Groupes
- PME/PMI
- Collectivités/Administration
- Comités d'entreprises

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les emplois occupés peuvent être :

- Responsable commercial
- Responsable commercial international
- Responsable de la stratégie commerciale
- Responsable du développement commercial
- Responsable e-commerce
- Attaché technico-commercial
- Cadre technico-commercial / technico-commerciale
- Ingénieur commercial
- Ingénieur technico-commercial
- Responsable technico-commercial
- Technico-commercial
- Responsable comptes clés

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

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, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury qui compte un minimum de 4 personnes qualifiées, est habilité à statuer de façon souveraine :

Un président (Personnalité qualifiée du monde économique)

Un représentant des employeurs

Un représentant des salariés

Un représentant de l'organisme de formation

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Idem

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 14/04/2017

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP14498

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP29535

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site Réseau Negoventis : www.negoventis.cci.fr

www.cci.fr

Réseau Negoventis

CCI France

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/23936/>