

Responsable Technico-Commercial

RNCP34184 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34581
Code(s) ROME	D1402, D1406, D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	10/09/2019
Date d'échéance	10/09/2024

Certificateur(s)

ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION · SIRET : 33037752400047

Partenaires habilités

9 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 9 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION	33037752400047	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION NOTRE DAME DE VERNEUIL	78513892600015	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCE EMPLOI FORMAT ACCOMPAG PROF	82454940600018	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700122	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700189	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700197	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700205	Former et organiser l'évaluation
PROMOTION DES TECHNIQUES INTERNATIONALES DE MANAGEMENT (APTIM)	33138377800031	Former et organiser l'évaluation
SYLVA CAMPUS	30280269900017	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

- L'année de la première délivrance de la certification est novembre 1988, son homologation date du 24 février 1995 sous l'intitulé « Titre de l'ALPF - IDRAC Lyon en marketing, gestion et négociation industrielle ».
- Elle est inscrite pour la première fois au RNCP le 22 février 2004 sous l'intitulé « Responsable en mercatique et

négociation industrielle ».

Depuis son origine, l'ALPF (Association Lyonnaise pour la Formation) en 1984, devenue AIPF depuis 2013, a toujours placé la proximité avec le monde professionnel, l'approche compétences « métier » et l'innovation pédagogique au cœur de son action. En 1985/1986, sous l'impulsion d'entreprises partenaires (Schneider Electric, Onet, Somfy, Total, Fiducial Bureautique, Emile Maurin, Suez, Vivendi Environnement et plus particulièrement Alcatel et France Telecom) et de son comité de perfectionnement composé de chefs d'entreprise et de cadres dirigeants, l'ALPF décide de créer une formation spécialisée BtoB destinée à des titulaires de diplômes Bac+2 (BTS ou DUT – techniques, technologiques ou scientifiques). L'objectif de cette formation est

de former de futurs responsables dotés d'une double compétence technique et commerciale dans une Région (Rhône Alpes) caractérisée par la présence de nombreuses entreprises industrielles. Ces dernières, « cruellement » confrontées à un manque de profils susceptibles d'accompagner leur développement commercial en environnement industriel et disposant de compétences en gestion d'activités, ont conduit à la création de cette certification.

- Les métiers technico-commerciaux sont très variés et présents dans de nombreux secteurs. Ils sont confrontés à deux enjeux communs : aller vers le client et accompagner l'innovation. -L'enjeu technologique s'exerce dans un contexte très concurrentiel où l'innovation est constante. Le Responsable technico-commercial d'affaires doit être sensibilisé à la technologie, réaliser une veille permanente et disposer d'une culture générale adaptée. Sa capacité à dialoguer avec des experts techniques est donc importante. Dans ce contexte, le niveau de formation initiale exigé (principalement technique) s'élève régulièrement. De même, le métier de product manager (ou chef de produit technique) se développe dans tous les secteurs qui combinent innovation technologique et exigences marketing (par exemple les télécommunications). -Faire du client un partenaire. Le Responsable technico-commercial a pour mission « l'éducation » et la fidélisation des clients de leur entreprise que ceux-ci se trouvent en France ou à l'international. Cette capacité à comprendre le client, à anticiper ses besoins et à les traduire sur le plan technique se base de plus en plus sur l'étude des comportements et le pilotage des outils de communication. Cela se traduit par la mise en place de projets de « place de marché » (dans l'industrie), de vente à distance (par exemple dans les fournitures industrielles) et de CRM (dans le secteur de l'Internet). Le développement du marketing client explique l'émergence des métiers de consultant e-CRM et de responsable des relations clients, et leur généralisation à de nouveaux secteurs d'activité (grande consommation, industrie, etc.)

Aussi, l'exigence exprimée par les entreprises en matière de référentiel de compétences professionnelles eu égard aux évolutions récentes du périmètre d'activités du « Responsable technico-commercial » plaide à une intégration substantielle dans l'exercice du métier visé des éléments suivants : - l'optimisation de la relation client

- l'intelligence des données (big data)
- la négociation des projets - l'élargissement des outils de gestion des activités commerciales - le conseil à la clientèle...

ACTIVITÉS VISÉES

Le Responsable Technico-commercial assure principalement les activités suivantes :

1. Gestion et exploitation de l'information technique et commerciale
2. Conception et élaboration des solutions techniques et financières
3. Négociation et vente des projets d'affaires (solutions technico-commerciales B to B)
4. Déploiement d'une stratégie de développement commercial, de gestion et de fidélisation de la relation client
5. Gestion et coordination de l'activité technico-commerciale du (ou des) secteur(s) géographique(s) déterminé(s)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1.1 Repérer et traiter les informations sur les évolutions technologiques sur les produits et/ou services (normes, brevets, innovation) et leur impact sur le marché.

1.2 Produire, mettre en forme et diffuser des informations techniques et commerciales exploitables à partir des observations faites sur le terrain

1.3 Évaluer l'efficacité du système d'information en termes de satisfaction clientèle, de productivité commerciale, de réactivité technique et commerciale

1.4. Identifier les facteurs organisationnels stimulants / bloquants à l'établissement d'une interface entre les différents départements/services.

2.1 Utiliser les outils et méthodes de la veille technologique et scientifique.

2.2 Évaluer la méthodologie et les techniques rédactionnelles d'un cahier des charges technique et fonctionnel.

2.3 Définir les différents types de contraintes susceptibles d'influer sur les solutions techniques.

2.4 Assurer la communication technique des solutions.

- 2.5 Déterminer les composantes du coût d'une solution technique. Réaliser un devis.
- 2.6 Réaliser le plan de financement de la solution technique.
- 2.7 Établir des tableaux bords spécifiques propre au déploiement du projet.
- 3.1 Identifier les variables d'environnement du client : - rechercher des informations techniques, financières et commerciales relatives au marché.
- 3.2 Gérer la relation interpersonnelle. Cerner la problématique du client et identifier ses attentes Repérer les motivations et les freins du client. Aider le client à formaliser ses attentes.
- 3.3 Identifier les différentes alternatives. Présenter les caractéristiques techniques et commerciales d'une solution. Argumenter sur la solution choisie intégrant les objections. Formaliser la solution complète retenue (devis, bon de commande, contrat, etc.).
- 3.4 Mettre en œuvre la solution contractuelle dans ses différentes dimensions (approvisionnement, transport, installation, essais, réglages, formation des utilisateurs, prévention des risques professionnels, règlement, etc.).
- 3.5 Fixer des objectifs techniques et commerciaux adaptés à la situation
Produire ou regrouper des supports techniques et commerciaux Élaborer une démarche de négociation personnalisée.
- 3.6 Choisir le mode de négociation
- négociation intégrative (ou coopérative) - négociation distributive (ou conflictuelle) Identifier les stratégies des concurrents : indices, signaux faibles.
- 3.7 Bâtir la matrice des arguments et des conditions (la MAC - outil clé pour préparer la négociation de l'offre) dans un environnement interculturel.
- 4.1 Définir les objectifs poursuivis (méthode SMART) Concevoir des dispositifs de collecte d'informations sur le cycle de vie du client selon le contexte B2B ou B2C
- 4.2 Identifier les contraintes et les opportunités de développement du marché
Déterminer les cibles et qualifier les prospects (segmentation du marché). Élaborer, budgéter et mettre en œuvre des plans de prospection Suivre et mesurer les actions de prospection.
- 4.3 Soumettre une méthode de qualification de profil Client (définir des personas) Identifier les clients promoteurs de la marque avec les outils de calcul du NPS (Net Promoter Score) Réaliser une matrice des facteurs clés pouvant modifier le processus d'adoption.
- 4.4 Déployer le modèle des « 8c » (Srinivasan) Implanter une relation de confiance avec les clients (personnaliser les modes de contact, tester de nouveaux produits et/ou services, recommander les produits et/ou services de la marque à l'entourage du client...Répondre de manière continue aux attentes techniques, commerciales et financières des clients. Contrôler et améliorer la satisfaction globale des clients.
- 4.5 Mettre en place des outils de contrôle du traitement des commandes des clients, qu'il s'agisse du respect des tarifs, des délais, de la qualité du service...).
- 4.6 Évaluer la méthodologie et les techniques rédactionnelles d'un cahier des charges technique et fonctionnel. les attentes du client (veille commerciale orientée client). Reconnaître le potentiel de développement technique, commercial et financier des clients. Construire et mettre en œuvre des plans d'action individualisés.
- 4.7 Appliquer un processus de gestion d'opportunités et d'affaires (Agile Opportunité Management –A.O.M? Process). Évaluer la pertinence de répondre à un appel d'offre.
- 5.1 Gérer et négocier des achats dans le cadre d'une affaire. S'assurer de la disponibilité de l'offre Contribuer à la gestion des stocks et des approvisionnements dans le cadre d'une politique définie
- 5.2 Se situer dans une équipe, un réseau, une organisation. Repérer les statuts, rôles et missions des intervenants dans le processus commercial. Identifier les processus de prise de décision. Définir un profil de poste et participer au processus de recrutement.
- 5.3 Concevoir des outils de mesure de la performance (indicateurs de l'activité commerciale et de ses coûts) Mettre en place et contrôler des procédures de recueil de l'information nécessaire à l'alimentation de tableaux de bord.
- 5.4 Initier des projets technico-commerciaux S'approprier les enjeux de la politique commerciale Identifier les priorités d'action. Mettre en œuvre des projets technico-commerciaux.
- 5.5 En lien avec les directions commerciale, marketing, techniques ou direction générale : Proposer des évolutions de l'offre de produits et de services.

Blocs de compétences

RNCP34184BC01 — Gestion et exploitation de l'information technique et commerciale afin de maintenir la compétitivité de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- 1.1 Conduire une veille technique, commerciale et concurrentielle
- 1.2 Exploiter et analyser l'information technique et commerciale
- 1.3 Contribuer à faire évoluer le système d'information technique et commercial
- 1.4 Assurer l'interface en interne avec les différentes parties prenantes afin d'optimiser la veille informationnelle

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- 1.1 à 1.4 Dossier pratique individuel de collecte et de traitement de l'information concurrentielle.

A l'initiative et sous la supervision de l'intervenant L'organisation est de toutes tailles et de tous secteurs d'activité.
Travail effectué en temps limité.

Le suivi de chaque dossier est assuré par un « tuteur ». Livrable non soutenu.

RNCP34184BC02 — Conception et élaboration des solutions techniques et financières

LISTE DE COMPÉTENCES

2.1 Conduire une veille technologique et scientifique

2.2 Accompagner le client dans l'élaboration du cahier des charges d'un projet

2.3 En lien avec le service production et logistique de l'entreprise, identifier l'environnement contraignant.

2.4

En lien avec les services techniques proposer des solutions assurant les fonctions définies dans le cahier des charges

2.5

En lien avec les services techniques estimer le coût des solutions techniques proposées

2.6 Présenter aux clients des solutions de financement innovantes et alternatives selon leur « profil » et leur situation financière

2.7 Préparer le suivi financier, technique, scientifique et contractuel du projet afin de limiter les risques client et de respecter les marges commerciales définies

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2.1 à 2.7 Dossier pratique d'élaboration de solution technico-commerciale en groupe de 2/3 personnes sous la supervision de l'intervenant. Le choix de l'entreprise (PME/ETI/GE) de ventes de solutions techniques est à l'initiative de l'intervenant.

Travail effectué en temps limité.

Livrable présenté à l'oral devant un jury de deux professionnels d'une durée de 30 minutes.

RNCP34184BC03 — Négociation et vente des projets d'affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

3.1 Rassembler

et structurer les informations pour préparer et vendre une solution technico-commerciale

3.2 Découvrir le projet du client (recherche et analyse des attentes techniques et commerciales du client) pour répondre au mieux aux attentes et besoins du client

3.3 Élaborer et proposer une solution technico-commerciale conformément au cahier des charges du client et aux impératifs financiers

3.4 Déployer la relation client dans une optique de satisfaction, de fidélisation et de développement commercial

3.5 Préparer une négociation technico-commerciale afin d'optimiser les résultats

3.6 Arrêter une stratégie de négociation pour obtenir le résultat escompté

3.7 Négocier avec les partenaires (agents, distributeurs, franchisés, licenciés...) du réseau de commercialisation en France et /ou à l'international dans le respect des enjeux économiques et commerciaux mutuels

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3.5 à 3.7 Cas pratique individuel proposé par l'intervenant en temps limité concernant une PME/ETI/GE du secteur industriel

Jeux de rôle de négociation commerciale (individuel et/ou en groupe) proposés par l'intervenant en temps limité
Simulations Mise en application des différentes formes de négociation

RNCP34184BC04 — Déploiement d'une stratégie de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

4.1

Constituer

une base de données clients afin d'acquérir une vision à 360° sur chacun des clients, via les fiches contacts, et de cibler les campagnes marketing.

4.2 Développer

son portefeuille clients dans l'optique d'accroître le volume des ventes

4.3 Déployer des mécanismes d'évaluation du profil client et

d'adoption d'un produit et/ou service afin de maximiser la conversion

4.4 Piloter une stratégie de fidélisation des clients (portefeuille) de la zone géographique considérée

4.5 Superviser les opérations de gestion des contrats de vente (administration des ventes et service après-vente) et prévenir et traiter les litiges

4.6 Favoriser une relation-client créatrice de valeur pour accroître la valeur à vie de la connaissance client

4.7 Détecter et conquérir de nouveaux marchés/clients par le biais d'une veille sur les appels à projets afin de relancer/soutenir la croissance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

4.1 à 4.7 Dossier pratique de déploiement d'une stratégie de développement commercial, en groupe de 3/4 personnes. .

RNCP34184BC05 — Gestion et coordination de l'activité technico-commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

5.1 Gérer

l'activité technico-commerciale en cohérence avec les besoins du marché et l'offre commerciale

5.2 Encadrer

l'équipe et le réseau commercial dans un esprit de performance économique

5.3 Évaluer la performance

commerciale (efficacité et efficience) à des fins d'ajustements des ressources déployées et d'adaptabilité des outils et méthodes utilisés

5.4 Conduire des projets dans le

cadre d'une politique commerciale repérée

5.5 Contribuer à l'évolution de la

politique commerciale à des fins de création de valeur

MODALITÉS D'ÉVALUATION

5.1 Cas pratique d'animation et de

pilotage de l'activité technico-commerciale en binôme proposé par l'intervenant.

Négociation avec des fournisseurs

5.2 Exercice pratique individuel

proposé par l'intervenant en temps limité SimulationsEncadrement et animation de réunions d'équipe Entretiens professionnels d'évaluation

de la performance commerciale, proposé par l'intervenant.

5.4 Cas pratique de conduite de

projet, en groupe de 2/3 personnes proposé par l'intervenant. PME/ETI/GE du secteur (inter) industriel Travail effectué en temps limité

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable technico-commercial exerce son activité dans toutes les tailles de société, de la TPE aux plus grands groupes, aussi bien dans l'industrie automobile, électrique, aéronautique que dans le secteur des équipements énergétiques ou informatiques. L'essentiel étant de bien connaître les spécificités du secteur d'activité sur lequel il se positionne.

L'activité de cet emploi s'exerce au sein d'entreprises commerciales, industrielles ou de sociétés de services à la fois en relation avec les différents services (production, marketing, études, ...) et également en contact avec la clientèle. Elle varie selon le secteur (fabrication et distribution de produits industriels, d'équipements, ...), la taille de l'entreprise (PME/PMI, groupe industriel, ...), le mode d'organisation (projet...), le type de marché (national, international) et le type de projet (à haute technicité...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les types d'emplois accessibles sont :

Attaché/Responsable technico-commercial, Chargé d'affaires, Conseiller commercial, Responsable d'affaires, Responsable grands comptes, Ingénieur technico-commercial.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire au minimum d'un diplôme d'Etat bac+2 (enseignement technique ou Universitaire – BTS/DUT) ou avoir validé au moins deux années de formation post baccalauréat dans le cadre de diplômes ou titres reconnus par l'Etat ou d'un diplôme étranger admis en équivalence, Ou

- Etre titulaire d'un diplôme ou titre de niveau immédiatement inférieur de nature commerciale, marketing, management et avoir occupé pendant au moins trois ans des responsabilités en particulier dans le domaine des sciences de gestion au cours de sa vie professionnelle.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le Président du Jury National (Représentant du monde professionnel Chef / dirigeant d'entreprise ou DRH), 2 représentants du secteur professionnel salariés et patronaux, 2 représentants de l'AIPF(IDRAC)

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Président du Jury, 1 chef / dirigeant d'entreprise ou DRH, 2 managers/responsables technico-commerciaux/commerciaux, 1 représentant de l'AIPF

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le Président du Jury National (représentant AIPF(IDRAC)) 3 représentants du secteur professionnel salariés et patronaux,
1 représentant AIPF(IDRAC)

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 242 €
Selon la branche	3 569 € – 7 425 €
Prise en charge	Branches concernées
7 242 €	Valeur par défaut · 193 branches
7 425 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Import-Export, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
6 300 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
5 400 €	CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
7 290 €	CPNE des Télécoms
7 200 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
7 134 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
6 750 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 368 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 120 €	CPNEF de l'audiovisuel
5 850 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
3 569 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	10/09/2019
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	10/09/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2017	87	1	95 %	92 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP30373

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39122

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.bachelor-idrac.fr/formation/bachelor-technico-commercial/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34184/>