

Chargé de gestion commerciale

RNCP34465 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	313, 312m
Formacode(s)	34054
Code(s) ROME	M1701, G1303, D1406, C1504, G1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	02/03/2020
Date d'échéance	02/03/2025

Certificateur(s)

FORMATIVES · SIRET : 44320061300026

Partenaires habilités

124 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 124 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACADEMIE DES METIERS CENTRE DE FORMATION	88977538300033	Former et organiser l'évaluation
ACTIV'CONSULT'TRAINING	51280867600013	Former et organiser l'évaluation
ADEFI FORMATION	49815719700035	Former et organiser l'évaluation
AFLORE ACTIMUM	89538373500019	Former et organiser l'évaluation
AGENCE NATIONALE POUR LA FORMATION VERS L'EMPLOI	79464828700025	Former et organiser l'évaluation
ALESIA FORMATION	40762250500011	Former et organiser l'évaluation
ALPHAPRIMO	79414695100023	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE ACADEMY	44883533000037	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AQUITAINE	81465151900088	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 124 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34465-charge-de-gestion-commerciale/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Sous la responsabilité du dirigeant (en agence ou PME) ou du directeur commercial, le / la chargé(e) de gestion commerciale est un cadre intermédiaire qui exerce ses activités de manière autonome :

- Il / elle analyse des marchés et assure des veilles (commerciales, technologiques, juridiques) permettant de mettre en place la politique commerciale de l'enseigne.
- Par l'organisation d'actions commerciales cohérentes avec la stratégie définie, il / elle assure la visibilité de la marque, de produits, de prestations.

- Il / Elle est garant de la gestion de la relation client (conseil, conquête, fidélisation). À ce titre, il / elle participe activement au développement commercial (nouveau secteur, nouvelle cible de clientèle, nouveau produit ou service...) et anime une équipe dans le but de faciliter le parcours et développer le portefeuille clients.
- Il / Elle doit pouvoir assurer la gestion d'un projet ou d'un service commercial en utilisant des dispositifs de pilotage transverses, dans le respect des législations et de l'environnement.

ACTIVITÉS VISÉES

Activité 1 : Mise en œuvre de la politique commerciale

- 1.1 Réalisation d'une veille commerciale
- 1.2 Réalisation d'une veille technologique
- 1.3 Analyse du marché, des besoins. Expertise des opportunités de commercialisation
- 1.4 Participation à l'élaboration de la stratégie commerciale. Prise en compte des nouveaux canaux de distribution
- 1.5 Élaboration d'un plan d'actions commerciales
- 1.6 Gestion de l'e-réputation et de l'image de marque

Activité 2 : Diffusion et promotion commerciale en cohérence avec la stratégie définie

- 2.1 Élaboration et mise en place d'actions commerciales
- 2.2 Rédaction de campagnes commerciales et / ou de promotions commerciales
- 2.3 Animation d'un site commercial en ligne, optimisation des contenus et du référencement
- 2.4 Participation à des manifestations commerciales événementielles
- 2.5 Suivi et évaluation des actions commerciales

Activité 3 : Animation commerciale

- 3.1 Gestion des contacts et développement d'un portefeuille clients
- 3.2 Réalisation d'actes de vente en langue anglaise
- 3.3 Facilitation du parcours client. Gestion des dispositifs de fidélisation
- 3.4 Recherche de disponibilité des produits
- 3.5 Animation des équipes internes
- 3.6 Analyse de données statistiques

Activité 4 : Gestion d'un centre de profit

- 4.1 Gestion de projets commerciaux
- 4.2 Gestion d'un budget
- 4.3 Prise en compte des réglementations
- 4.4 Développement d'un réseau de partenaires institutionnels et professionnels

UNE OPTION OBLIGATOIRE AU CHOIX PARMI LES QUATRE ACTIVITÉS CI-DESSOUS :

Activité 5 optionnelle : Pilotage d'un service commercial

- 5.1 Pilotage d'un service commercial
- 5.2 Négociation avec des prestataires et fournisseurs
- 5.3 Représentation d'une marque, d'un produit, d'un service

Activité 6 optionnelle : Pilotage d'un établissement touristique

- 6.1 Démarchage d'acteurs territoriaux du tourisme
- 6.2 Recherche et développement de produits innovants
- 6.3 Mise en œuvre d'actions destinées à la promotion et au développement touristique d'un territoire
- 6.4 Gestion de la logistique touristique
- 6.5 Développement de l'interculturalité au sein de sa structure

Activité 7 optionnelle : Pilotage d'un établissement hôtelier

- 7.1 Participation à la gestion d'un établissement hôtelier
- 7.2 Intégration du développement durable et de l'économie circulaire
- 7.3 Supervision des normes d'hygiène et de sécurité de l'établissement

Activité 8 optionnelle : Pilotage d'une agence immobilière

- 8.1 Réalisation d'une prospection immobilière
- 8.2 Participation à la gestion d'une agence immobilière
- 8.3 Conduite d'un processus d'achat. Collaboration à une négociation de mandat

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc de compétences 1 : Conduire une politique commerciale

Bloc de compétences 2 : Piloter un projet commercial (e-commerce, salon, exposition...)

Bloc de compétences 3 : Superviser une équipe et gérer un budget commercial

+ 1 bloc obligatoire parmi les 4 choix suivants :

Bloc de compétences 5 : Gérer un service commercial

Bloc de compétences 5 : Coordonner des actions de promotion touristique

Bloc de compétences 6 : Piloter la gestion administrative, comptable, qualité d'un établissement hôtelier

Bloc de compétences 7 : Mobiliser les outils de gestion immobilière

Blocs de compétences

RNCP34465BC01 — Conduire une politique commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement.

Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.

Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations.

Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal.

Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.

Valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser.

Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes.

Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs.

Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages... afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin, sur le web.

Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation.

Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle.

Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées.

Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.

Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché.

Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction.

Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux.

S'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3 comptes rendus de mission (écrits individuels) : plan d'actions promotionnelles et publicitaires, actions commerciales, mise en place ou développement de partenariats

2 recommandations (écrits individuels) : stratégie commerciale, parcours client.

Validation du bloc 1 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34465BC02 — Piloter un projet commercial (e-commerce, salon, exposition...)

LISTE DE COMPÉTENCES

Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une veille économique du marché et de la concurrence.

Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.

Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité.

Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficacité de l'entité.

Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.

Mobiliser les outils de diagnostic marketing pour analyser le marché et les résultats commerciaux antérieurs.

Utiliser les techniques de traitement de l'information afin d'analyser les données récoltées.

Identifier les cibles à démarcher pour optimiser les ventes.

Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation.

Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables.

Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles

Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires.

Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.

Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités.

Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.

Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client.

Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne.

Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin.

Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.

Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développer un portefeuille clients.

Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre.

Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires.

Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet

Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur.

Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet.

Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.

Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque.

Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté.

Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 étude de cas (écrit individuel) : notoriété et e-réputation

1 compte-rendu de mission (écrit individuel) : actions événementielles

Projet (4 écrits individuels+ 1 présentation orale individuelle) : analyse de données, outils RC / CRM, animation d'un site commercial en ligne, RGPD et RSE

2 synthèses (écrits individuels) : étude concurrentielle, veille technologique

1 compte-rendu (écrit individuel) : Analyse de données et opportunités

Validation du bloc 2 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34465BC03 — Superviser une équipe et gérer un budget commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent.

Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale.

Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes.

Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.

Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux.

Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.

Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation.

Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.

Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.

Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs.

Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer, motiver son équipe et créer une dynamique de groupe.

Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction.

Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation.

Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 partiel (écrit individuel) : droit des contrats

Compte-rendu de mission (écrit individuel) : indicateurs de suivi logistique

Mise en situation (oral de groupe) : interculturalité

Projet (écrit individuel) : plan d'actions et budget prévisionnel

3 recommandations (écrits individuels) : management de l'information, indicateur et tableau de suivi d'actions commerciales, management d'équipe.

Validation du bloc 3 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34465BC04 — Gérer un service commercial - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation.

Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.

Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes.

Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives.

Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service.

Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service

Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget prévisionnel.

Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.

Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.

S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 partiel (écrit individuel) : Gestion d'un budget

2 étude de cas (écrits individuels) : performance d'un service commercial, analyse de gestion commerciale

Challenge (oral individuel) : Négociation commerciale

Mise en situation professionnelle : oral individuel

Synthèse (écrit individuel) : Veille produits ou services

Validation du bloc 4 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34465BC05 — Coordonner des actions de promotion touristique - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Faire une veille des innovations du secteur touristique pour en dégager les opportunités (nouvelles destinations, nouveaux services...) et produire des recommandations, au niveau de son unité.

Motiver les membres de son équipe à l'innovation afin d'ouvrir son service à de nouvelles opportunités.

Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation tout en assurant la rentabilité du produit / service.

Effectuer une veille des acteurs territoriaux, mobiliser les outils et méthodologie de recueil et de traitement des données afin de réaliser une analyse pertinente puis de produire une synthèse à l'attention des dirigeants / managers.

Définir les ressources nécessaires et les objectifs d'une campagne promotionnelle afin de proposer un brief clair et applicable ainsi qu'un plan de campagne à l'organisation.

Émettre des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.

Affecter les moyens matériels, humains et techniques permettant de réunir les ressources nécessaires.

Coordonner les fonctions supports, participer à la gestion de la logistique et des approvisionnements lors d'un projet touristique (transport, hébergement, animations...)

S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 mise en situation professionnelle en Anglais (oral individuel) : Vente de produits touristiques

1 challenge (oral individuel) : acteurs territoriaux du tourisme

1 étude de cas (écrit individuel) : actions de promotion et gestion logistique

1 synthèse

(écrit individuel): recherche de nouveaux produits touristiques

Validation du bloc 5 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34465BC06 — Piloter la gestion administrative, comptable, qualité d'un établissement hôtelier - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en pratique la législation liée à un projet ou au fonctionnement d'un établissement afin de faire respecter les normes QHSE (qualité, hygiène, sécurité et environnement).

Mobiliser les outils et méthodes d'évaluation des risques afin de proposer des actions de prévention des risques professionnels.

Analyser les informations de la gestion administrative et comptable d'un établissement hôtelier pour en maîtriser le fonctionnement.

Mobiliser ses connaissances et méthodes de suivi du personnel afin d'assurer une gestion optimale des ressources humaines dans son entité.

Suivre les procédures imposées par le code du travail, les accords de branche et la convention collective afin d'assurer la pérennité de l'établissement.

Analyser les procédures d'achats et de vente en place permettant d'optimiser les ventes.

Intégrer la durabilité environnementale, sociale et économique dans le fonctionnement de l'établissement afin d'optimiser les achats, constructions, usages, transports, etc.

S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1 synthèse

(écrit individuel) : veille des normes QHSE

1 challenge (oral individuel)

: développement durable

1 étude de cas (écrit individuel) : gestion administrative et comptable d'un établissement hôtelier

1 mise en situation professionnelle en anglais (oral individuel)

Validation du bloc 6 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

RNCP34465BC07 — Mobiliser les outils de gestion immobilière - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le marché immobilier local / régional afin de proposer une vision globale de son environnement et de mettre en place une stratégie de prospection.

Mettre en œuvre un processus de recherche de biens immobiliers pour accroître son portefeuille.

Analyser le patrimoine immobilier d'un client afin de proposer une estimation au plus juste et pouvoir lui fournir des conseils sur des investissements ou rédiger un descriptif.

Assurer la gestion de biens locatifs pour un client (syndic, particulier, entreprise...).

Élaborer différents types de procédures dans le cadre de la gestion immobilière.

Piloter des actions commerciales dans un contexte national ou international pour faire connaître sa marque ou son agence.

Mobiliser les outils et techniques d'études mercatiques permettant de réaliser une analyse pointue de l'environnement.

Mobiliser les outils et techniques pour mener à bien une négociation. Définir les argumentaires de négociation, préparer les atouts de négociations permettant d'établir un tableau « Argumentaires / cible ».

Expertiser des biens immobiliers pour déterminer une valeur vénale, locative.

Analyser les procédures d'achats formalisées afin d'assurer une gestion cohérente de son activité.

Intégrer la durabilité environnementale, sociale et économique dans les décisions d'achat.

Analyser la typologie des biens et clients ainsi que les critères qui la constituent lors d'une estimation.

Établir un dossier financier d'acquisition de biens immobiliers dans le cadre d'un développement de son portefeuille.

Présenter ses analyses de façon claire et synthétique à ses interlocuteurs pour les aider à la prise de décision.

S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3 partiels (écrits individuels)

: Gestion d'une agence immobilière, Mise en place d'une politique commerciale, Processus d'achat

1 synthèse (écrit individuel)

: étude de marché

1 compte-rendu (écrit individuel) : développement d'un portefeuille

1 challenge (oral individuel)

: négociation immobilière

1

mise en situation professionnelle (oral individuel)

Validation du bloc 7 par le jury du grand oral, en fonction des évaluations de compétences réalisées pendant la formation par les tuteurs d'entreprise et référents compétences.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités économiques sont concernés et plus particulièrement :

- Agro-alimentaire
- Distribution, Prêt à porter
- Banque, Assurances
- Industrie
- Énergie
- Hôtellerie / Restauration / Événementiel
- Tourisme
- Immobilier
- Sociétés de services

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Gérant(e) ou gestionnaire d'un centre de profit (hôtellerie, restauration, tourisme)
- Responsable de petite ou moyenne structure (agence, hôtel, boutique ou magasin...)
- Responsable d'un département (commercial, hébergement, voyages...)

- Chargé(e) de gestion commerciale / locative / touristique
- Chargé(e) de développement commercial / de commercialisation
- Responsable / Chargé(e) / Conseiller(e) de clientèle
- Responsable de ventes
- Collaborateur commercial / Attaché(e) commercial(e)
- Responsable commercial (e) / e-commerce
- Agent de vente
- Chargé(e) d'affaires
- Chargé(e) de mission
- Chef(fe) de projet commercial / touristique / immobilier
- Responsable de rayon
- Vendeur conseil

Spécialisations :

- Agent / négociateur / gestionnaire / Conseiller immobilier
- Administrateur de biens
- Chargé(e) de patrimoine locatif
- Agent de comptoir en vente / Agent de vente de voyages
- Économe en hôtellerie-restauration

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

- Gestion immobilière : Les indépendants sont soumis à l'obtention d'une carte professionnelle T ou G, la justification d'une aptitude professionnelle, une garantie financière
- Gestion de produits touristiques : immatriculation auprès de l'agence ATOUT France, justification d'une aptitude professionnelle, garantie financière, souscription à une assurance Responsabilité Civile

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 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 847 €
Familles professionnelles (FAP)	J4X63 — Employés du tourisme et agent de billetterie des transports · tension 2/5 (Faible) J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme · tension 2/5 (Faible) J6X90 — Cadres des transports et du tourisme · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R3X84 — Employés et professions intermédiaires de l'immobilier · tension 5/5 (Très élevée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) R4X93 — Cadres agents immobiliers et syndics · tension 1/5 (Très faible) S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs · tension 3/5 (Modérée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	38 214

Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	21 %
Familles professionnelles (FAP)	J4X63 — Employés du tourisme et agent de billetterie des transports J5X81 — Techniciens et agents de maîtrise du tourisme J6X90 — Cadres des transports et du tourisme R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R3X84 — Employés et professions intermédiaires de l'immobilier R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X93 — Cadres agents immobiliers et syndics S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour intégrer le dispositif de formation :

- Niveau 4 validé et cycle de formation de 3 ans
- Titre validé de niveau 5 avec réduction de parcours à 1 an de formation
- Niveau 4 validé avec trois années d'expériences liées à la vente ou la gestion commerciale, et avec accord du certificateur (VAP).
- Par voie de la VAE : au minimum 1 année d'expérience en vente ou gestion commerciale + validation du livret 1.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, VAE

Qualité du (de la) président(e) du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités commerciales ou en gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives.

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en management ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en gestion d'entreprise
- 1 personne ayant des responsabilités de management

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Qualité du (de la) président(e) du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités commerciales ou en gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en management ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en gestion d'entreprise
- 1 personne ayant des responsabilités de management

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Qualité du (de la) président(e) du jury : Un représentant professionnel ayant des responsabilités commerciales ou en gestion d'entreprise qui est nommé par le Directeur de Formatives

Nombre de personnes composant le jury : 4

Collège de la direction : 2 personnes dont au moins 50 % de salariés

- 1 représentant du centre de formation
- 1 représentant des formateurs qualifié en management ou gestion d'entreprise

Collège des membres extérieurs : 2 personnes dont 50 % de salariés

- 1 personne qualifiée en gestion d'entreprise
- 1 personne ayant des responsabilités de management

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	6 179 €
Selon la branche	5 821 € – 6 179 €
Prise en charge	Branches concernées
6 179 €	Valeur par défaut · 206 branches
5 908 €	CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
5 821 €	CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
6 171 €	CPNE Travail Temporaire
6 159 €	CNPE des sociétés financières

Base légale

Date de décision	02/03/2020
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	02/03/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	18	3	94 %	70 %
2017	21	0	100 %	60 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP28688

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP35025, RNCP35540, RNCP35754, RNCP35881, RNCP36267, RNCP36485, RNCP36610, RNCP36728, RNCP37075

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34465/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	9
-----------------------------	---

Organismes gestionnaires (CFA)	7
Organismes formateurs	9
Régions couvertes	5
Départements couverts	8
Organismes certifiés Qualiopi	9
Sessions	de 09/2024 à 09/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	153
Parcours menés à terme	152
Taux d'achèvement	99 %
Période	09/2022 – 08/2025

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	175
Montant total engagé	466 916 €
Coût moyen par dossier	2 668 €
Durée moyenne	84 h
Période	04/2021 – 02/2025
France compétences	92 %
Reste à charge titulaire	4 %
France Travail	1 %
Régions	1 %
Entreprise	1 %
OPCO	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.