

Responsable du développement et du pilotage commercial

RNCP34524 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34561, 32142, 34052
Code(s) ROME	D1402, M1704, M1706, D1403
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/03/2020
Date d'échéance	30/03/2023

Certificateur(s)

ASCENCIA PARIS LA DEFENSE · SIRET : 50123141900034

Partenaires habilités

77 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 77 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACCESS TO PERFORMANCE	51883831300014	Former et organiser l'évaluation
ACTIV'PARTNERS	43210644100053	Former et organiser l'évaluation
ADEOS FORMATIONS	53909770900023	Former et organiser l'évaluation
AKALIS – COLLEGE DE PARIS	79196717700019	Former et organiser l'évaluation
ANTEE FORMATION	47960778000026	Former et organiser l'évaluation
ANTEE FORMATION	47960778000042	Former et organiser l'évaluation
ASCENCIA EVRY	49478955500013	Former et organiser l'évaluation
ASCENCIA MARNE LA VALLEE	50081928900017	Former et organiser l'évaluation
ASCENCIA SAINT QUENTIN EN YVELINES	50096054700015	Former et organiser l'évaluation
ASS LTP ALBERT DE MUN	78430857900027	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 77 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34524-responsable-du-developpement-et-du-pilotage-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Afin de développer leur chiffre d'affaires, les entreprises ont la nécessité de fidéliser les clients mais également d'en conquérir de nouveaux. Pour y parvenir, elles définissent et mettent en œuvre une stratégie marketing et commerciale. Elles sont donc à la recherche de profils capables à la fois de piloter le processus de vente auprès des clients et prospects, et de mettre en place des actions marketing en phase avec leur marché.

Le métier de commercial est en pleine expansion ces dernières années en France. Alors que le secteur du commerce

est en pleine expansion avec notamment le développement du e-commerce, la pénurie des candidats commence à se faire ressentir. D'après les recruteurs, l'activité du commerce figure en 4ème position sur l'échelle des postes jugés difficiles à pourvoir. Cela ouvre de grandes opportunités pour les jeunes diplômés spécialisés dans la fonction commerciale qui peuvent espérer trouver des débouchés facilement et rapidement dans de nombreux secteurs d'activité et dans des zones géographiques vastes. Actuellement l'emploi de développement commercial est donc une véritable source de recrutement.

Le Responsable du développement et du pilotage commercial est ainsi chargé de développer le chiffre d'affaires de son périmètre en utilisant les outils marketing adaptés. « À l'ère d'Internet, les entreprises ne vont plus pardonner à leurs forces de vente de ne pas avoir les bonnes informations sur leurs clients. », David Guyot, Directeur de Fed Business, spécialiste des recrutements commerciaux et marketing.

Les évolutions majeures depuis la création de la certification en 2014 reposent notamment sur les nouvelles compétences techniques du monde digital. La place des nouvelles technologies dans l'univers professionnel commercial tend de plus en plus à s'étendre avec l'arrivée des systèmes de CRM connectés, l'usage de l'inbound marketing ou encore du Big Data pour mieux connaître ses clients. Pour réussir à optimiser les canaux de vente traditionnels et digitaux s'offrant à lui, le Responsable du développement et du pilotage commercial devra obligatoirement maîtriser les nouveaux outils technologiques. Les techniques de ventes ont évolué avec la démocratisation des achats en lignes. Les compétences en référencement et choix de plateforme de vente en ligne en fonction de la cible se sont accentuées. Les compétences en digital/e-commerce sont donc aujourd'hui nécessaires.

Un Responsable du développement et du pilotage commercial efficient ne doit plus seulement prospecter à tout-va mais doit aussi savoir analyser son marché, le segmenter, toucher la bonne cible, et décrocher le bon rendez-vous avec le bon décideur pour lui apporter la bonne réponse à son besoin. Il est le pilote et le chef d'orchestre de la relation client et doit, de surcroît, s'appuyer sur les différentes compétences de l'entreprise et surtout, sur un fonctionnement en mode projet.

Par ailleurs, les entreprises et notamment les PME ont un seul et même service « Développement commercial » qui regroupe la force de vente mais également le marketing, aujourd'hui indissociables dans ce type de structure. C'est pourquoi les compétences en marketing direct et digital sont aussi importantes.

ACTIVITÉS VISÉES

Le Responsable du développement et du pilotage commercial se présente, soit comme un manager de proximité et intermédiaire qui occupe une place de pivot entre les équipes opérationnelles et la direction générale ou commerciale, soit comme un opérationnel de la vente responsable d'un secteur, unité, gamme ou type de clientèle qui organise en toute autonomie son activité pour atteindre ses objectifs.

Il est défini comme celui qui joue un rôle :

- de développement commercial via le développement du portefeuille clients et du chiffre d'affaires (soit par la réalisation de ses propres ventes (1) soit par l'encadrement de son équipe (2)),
- de pilotage de l'activité commerciale via les canaux traditionnels et digitaux (3) : il analyse des données chiffrées et traduit les orientations stratégiques de la direction en décisions commerciales opérationnelles dans son périmètre de responsabilité.

(1) Pôle Réalisation de la vente-négociation : En tenant compte des caractéristiques de sa zone et des moyens à sa disposition, il met en œuvre 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. Après avoir analysé les demandes et les besoins des clients ou prospects rencontrés, et avoir vérifié leur solvabilité, il construit une offre adaptée au diagnostic posé à partir des différents produits ou services proposés par son entreprise puis conduit une négociation permettant de conclure positivement la vente tout en respectant le cadre fixé par sa direction.

(2) Pôle management des commerciaux : Il manage une équipe de commerciaux dans le domaine de la vente ou du marketing. Le management peut être aussi bien hiérarchique que fonctionnel. Sa responsabilité peut aussi s'exercer de manière managériale soit de façon horizontale dans le cadre d'une gestion de projet ou d'une animation de réseau.

Dans les petites structures, le responsable du développement et du pilotage commercial gère, anime et développe son unité-zone commerciale (unité de vente, agence, secteur géographique, gamme de produits). Il anime et forme sa force de vente, coordonne et gère les activités nécessaires à la réalisation de la politique commerciale et contrôle l'administration des ventes.

Il est dans la quasi-totalité des cas impliqué dans le processus de commercialisation.

(3) Pôle analyse de marché et pilotage commercial :

Grâce à son analyse de l'activité commerciale, des résultats des ventes et des résultats des actions commerciales et marketing, il assure la production des reporting à destination des commerciaux et/ou des managers ainsi que des analyses sur les réalisations obtenues. Il vérifie de façon permanente l'adéquation des résultats mesurés avec la réalité du terrain.

Il participe à l'élaboration de la stratégie commerciale de son unité, ou du département dont il s'occupe. Il définit les objectifs à atteindre et les moyens pour y parvenir. Il a une activité d'analyse des résultats généraux des ventes, et doit comprendre les contraintes du marché et des clients. Cela lui permet de décider des actions de développement et d'ajustement de son offre (segmentation, fidélisation, actions marketing...). Il définit les prix et gère les problèmes de marge, il veille en outre à la fidélisation des clients à l'aide notamment des outils numériques qui permettent une meilleure connaissance des profils clients.

Le responsable du développement et du pilotage commercial définit le plan d'action commercial. Il met en place des outils de communication et des actions de marketing opérationnel : présence sur les salons ou lors d'événements locaux ou internationaux, opérations de trade marketing, etc. Il pilote le CRM (Customers relation management) ainsi que la mise en œuvre des actions de marketing digital (mise à jour des sites internet, consultation de prestataires spécialisés, analyse de la fréquentation des sites internet, analyse des profils clients, etc.).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc d'activité 1 : Analyser les données commerciales-marketing et participer à la stratégie commerciale

Il analyse régulièrement les données de l'activité commerciale (résultats, activité...) et des données issues d'études de marché. Il doit appréhender les tendances concernant les prospects et clients, soit pour identifier les besoins des premiers, soit pour fidéliser les seconds.

Il doit aussi, pour avoir des informations toujours actualisées, organiser son propre dispositif de veille concurrentielle indépendamment des études de marchés réalisées par le service marketing ou achetées en externe. Il détecte, remonte toutes informations relatives à son marché, ses cibles et ses concurrents à sa direction. Il participe aux décisions stratégiques et à l'élaboration de la stratégie commerciale (notamment au sein des TPE-PME).

Bloc d'activité 2 : Développer un portefeuille clients (BtoB, grands comptes)

Il assure la commercialisation du produit/service et la relation client sur son unité-zone notamment les grands comptes. Rodé à la démarche segmentation-ciblage-positionnement il/elle fait des propositions adaptées à ses clients, négocie des contrats parfois complexes avec des professionnels.

Bloc d'activité 3 : Piloter la performance commerciale et déployer des actions commerciales et marketing client via des canaux traditionnels et digitaux

Il participe à la réalisation ou met en œuvre dans leur intégralité des actions marketing (marketing client, marketing digital, communication essentiellement). Il détermine les objectifs et affecte les moyens matériels et humains, planifie et participe à la création des outils nécessaires. De même, il/elle détermine les actions commerciales à mettre en œuvre (plan de prospection, de promotion, fidélisation, ...).

Il lui appartient ensuite de suivre la mise en œuvre (suivi des réalisations, du budget) et de mettre en place des mesures correctives si nécessaire.

Bloc d'activité 4 : Assurer le management de l'équipe commerciale

Le responsable du développement et du pilotage commercial participe au recrutement de l'équipe commerciale (voire recrute selon son niveau de délégation). Il la pilote en fonction des objectifs de vente, organise le travail de l'équipe. Il contribue à la professionnalisation de son équipe par divers moyens et l'évalue. Enfin, il doit la motiver en mettant en place différents leviers de motivation : rémunération, challenges, ...

Blocs de compétences

RNCP34524BC01 — Analyser son marché et participer à la stratégie commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

1. Analyser des données commerciales et des résultats d'étude de marché issue de la veille et de l'analyse de marché afin d'identifier les opportunités de marché permettant de mettre en œuvre une stratégie commerciale efficiente pour assurer la croissance de l'entreprise.
2. Décliner la stratégie commerciale de l'entreprise à l'échelle du périmètre en responsabilité afin de définir les objectifs de développement.
3. Recueillir des informations relatives au marché via des études ou de la veille afin de mieux se positionner.
4. Ordonner les données dans un système d'information.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : De l'analyse du marché au Plan d'Action Commerciale Durée : 3 heures En centre de formation, travail individuel– A l'issue d'une étude de cas de 3h, le candidat devra analyser un marché et définir une stratégie commerciale adaptée.

Rapport d'activités Le/la candidat(e) présente en fin d'année une analyse de marché. Rédaction d'un rapport écrit. Soutenance de 30 mn devant un jury de professionnels.

RNCP34524BC02 — Développer un portefeuille client

LISTE DE COMPÉTENCES

5. Construire un plan d'actions marketing afin de développer sa e-réputation pour accroître sa notoriété.
6. Identifier la typologie de clientèle et exploiter de la data issue du système d'information commercial afin de répondre aux mieux aux besoins de la cible.
7. Assurer le contrôle des résultats des ventes et mettre en œuvre des actions correctives.
8. Définir une stratégie d'approche et de négociation adaptée et ciblée.
9. Conquérir des prospects et fidéliser son portefeuille client et les clients grands comptes en mettant en place des actions commerciales spécifiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : Conception d'une campagne de marketing opérationnel en réponse à la problématique de développement exposée : Durée : 3h En centre de formation, travail individuel– A l'issue d'une étude de cas de 3h, le candidat devra proposer des actions afin de développer le portefeuille clients.

Rapport d'activités Le/la candidat(e) présente en fin d'année une étude de la cible potentielle. Rédaction d'un rapport écrit. Soutenance de 30 mn devant un jury de professionnels.

RNCP34524BC03 — Piloter la performance commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

10. Développer un marketing digital adapté afin d'accroître l'activité de l'entreprise.
11. Élaborer le plan d'action commerciale pour prioriser, piloter, budgétiser et programmer les différentes actions commerciales décidées en fixant des objectifs à une action (spécifiques, mesurables, acceptés, réalisables, temporellement définis, évaluables, réévaluables).
12. Diriger et accompagner l'équipe commerciale en suivant la mise en œuvre du plan d'actions commerciales (et/ou marketing) à l'aide de tableaux de bord et s'assurer du respect du budget.
13. Réaliser des bilans partiels et finaux afin de contrôler l'atteinte des objectifs en mettant en œuvre des actions correctives.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas : les candidat(e)s travaillent sur un pilotage de performance commerciale Durée : 3h En centre de formation, travail individuel– A l'issue d'une étude de cas de 3h, le candidat devra utiliser les outils de pilotage de la performance commerciale.

Rapport d'activités Le/la candidat(e) présente en fin d'année un plan d'action commercial Rédaction d'un rapport écrit. Soutenance de 30 mn devant un jury de professionnels.

RNCP34524BC04 — Assurer le management de l'équipe commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

14. Animer l'équipe commerciale par divers moyens (réunion, entretien, incentives...).
15. Contribuer à la professionnalisation de chacun en mettant en place des actions de formations pour les commerciaux.
16. Contrôler les résultats et analyser les performances grâce à des tableaux de bord.
17. Suivre un processus de recrutement et mener un entretien en utilisant les outils adaptés.
18. Développer son efficacité managériale et son leadership.
19. Intégrer la démarche commerciale dans la démarche du management par la qualité de l'entreprise pour, à travers la démarche d'amélioration continue, garantir sur son périmètre en responsabilité des avantages concurrentiels décisifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas : Management par la qualité Durée : 3h En centre de formation, travail individuel– A l'issue d'une étude de cas de 3h, le candidat devra proposer des actions concrètes de pilotage de l'équipe commerciale.

Rapport d'activités Le/la candidat(e) présente en fin d'année un budget d'investissement et réalise un cahier des

charges de recrutement. Rédaction d'un rapport écrit. Soutenance de 30 mn devant un jury de professionnels.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable du développement et du pilotage commercial exerce dans tous les secteurs marchands et dans tous les types d'activités : · Entreprises commerciales, industrielles et de services · PME-PMI majoritairement · Grandes entreprises

Pour les structures de type PME, le poste sera plus polyvalent "commercial-marketing" et "amont-terrain-aval".

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable commercial
business developer
Responsable des ventes
chef de projet
chargé(e) de développement commercial
chargé(e) de mission
Conseiller(e)
Attaché(e) commercial
vendeur

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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 867 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R2X83 — Représentants auprès des particuliers · tension 5/5 (Très 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)	44 727
Jugés difficiles à recruter	39 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés commerciaux R2X83 — Représentants auprès des particuliers 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

Titre de Niveau 5 ou équivalent ou de niveau 4 avec 3 ans d'expérience professionnelle
(Avis de la Commission Pédagogique) quelle que soit la filière suivie

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

6 personnes :

- 4 professionnels/les non intervenant dans l'établissement, dont l'un/e est président/e du jury
- Le Directeur Ascencia
- La Directrice des études

Base légale

Date de décision	30/03/2020
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/03/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	70	2	49 %	59 %
2017	133	3	61 %	71 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28676

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP37787, RNCP37786, RNCP41663

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34524/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	220
Parcours menés à terme	232
Taux d'achèvement	105 %
Période	02/2022 – 02/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	382
----------------------	-----

Montant total engagé	486 020 €
Coût moyen par dossier	1 272 €
Durée moyenne	56 h
Période	05/2020 – 03/2023
France compétences	88 %
OPCO	5 %
Reste à charge titulaire	3 %
France Travail	2 %
Entreprise	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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