

Attaché commercial

RNCP34559 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	312p
Formacode(s)	34554, 34573, 34581, 34560, 34507
Code(s) ROME	D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	24/04/2020
Date d'échéance	24/04/2023

Certificateur(s)

INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE · SIRET : 77573724000322

Partenaires habilités

12 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 12 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
FORE ALTERNANCE	44062052400015	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000058	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000090	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000140	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000165	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000181	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000280	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000306	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000314	Former et organiser l'évaluation
INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	77573724000330	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 12 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34559-attache-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le métier d'attaché commercial est le 14ème métier qui recrutera le plus d'ici 2022 en volume avec plus de 40 000 postes d'attachés commerciaux et représentants à pourvoir. Les diplômés d'un titre de niveau 5 à orientation commerciale trouveront donc toujours des débouchés, mais le niveau d'exigence s'élève et les entreprises recherchent des professionnels de plus en plus opérationnels.

Il est donc nécessaire, autant pour les entreprises que pour les apprenants de maintenir des compétences élevées sur un métier de plus en plus complexe et qui reste attractif.

L'attaché commercial joue un rôle d'ambassadeur de l'enseigne et occupe un poste pivot dans l'organisation.

Il doit entretenir et développer le portefeuille client existant, l'enrichir avec de nouveaux prospects. Il est aussi en charge de l'analyse du marché et des besoins, l'évaluation de la performance de la stratégie, la négociation, et la contractualisation ...

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse du marché

Prospection

Vente de produits et services

Évaluation de l'atteinte de ses objectifs

Suivi de la relation client

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Développer une stratégie commerciale omnicanale dans un périmètre délimité et un contexte marchand concurrentiel pour atteindre les objectifs de vente fixés

Effectuer une veille omnicanale de la concurrence, des comportements d'achats et avis clients afin d'ajuster ses stratégie et techniques de vente

Analyser l'offre et la demande présentes sur des marchés de biens et services réels et fictifs, dans l'optique de bâtir sa stratégie commerciale

Identifier une cible de prospects/clients dans un environnement physique et numérique afin d'établir un diagnostic précis de ses besoins

Contacteur les prospects par des moyens physiques et distanciels dans le but de mettre en œuvre et respecter le plan d'action commerciale défini

Mener des opérations marketing avec des techniques de prospection directes et indirectes auprès d'une cible définie afin d'atteindre les objectifs commerciaux

Planifier et organiser ses actions commerciales dans un environnement digitalisé en utilisant les outils numériques et logiciels de gestion afin d'atteindre ses objectifs commerciaux

Construire un argumentaire de vente de produits et services en lien avec les besoins et attentes d'une cible définie et sur une zone de prospection délimitée, afin d'optimiser les ventes

Concevoir des outils d'aide à la vente (OAV) en améliorant l'efficacité du traitement de l'information pour optimiser les ventes

Fixer des objectifs de négociation critériés sur la vente de produits et services afin de maximiser l'atteinte de ces derniers

Dans un contexte B to B ou B to C, mener un entretien de négociation dans une argumentation gagnant/gagnant répondant aux objectifs des deux parties et les inscrivant dans un partenariat durable

En s'inscrivant dans le respect de la politique commerciale et des conditions générales de vente, rédiger des propositions commerciales dématérialisées présentant une offre en réponse à la demande du client

Conclure une vente de produits et services dans le respect des clauses juridiques du secteur d'activité

Calculer les différents indicateurs de performance (coûts, charges, marges, seuils, ratios...) à l'aide d'outils bureautiques et dans l'optique d'évaluer les actions menées sur une période donnée

Dans une démarche d'amélioration continue, réaliser des reportings et des tableaux de suivi d'activité/stocks de produits et services afin de mettre en place des mesures correctives

Analyser des enquêtes de satisfaction à l'aide d'outils bureautiques avec pour buts de maximiser les ventes et fidéliser la clientèle

Gérer les insatisfactions et les litiges, individuellement ou en équipe, afin de garantir la qualité de la relation client

Développer une stratégie de fidélisation de son portefeuille clients par des actions commerciales ciblées et dans le respect de la politique commerciale et de l'éthique de l'entreprise

Dans un contexte marchand concurrentiel, pérenniser la relation commerciale via des techniques et outils numériques

Blocs de compétences

RNCP34559BC01 — Définir la stratégie de vente de produits et services

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer une stratégie commerciale omnicanale dans un périmètre délimité et un contexte marchand concurrentiel pour atteindre les objectifs de vente fixés

Effectuer une veille omnicanale de la concurrence, des comportements d'achats et avis clients afin d'ajuster ses

stratégie et techniques de vente

Analyser l'offre et la demande présentes sur des marchés de biens et services réels et fictifs, dans l'optique de bâtir sa stratégie commerciale

Identifier une cible de prospects/clients dans un environnement physique et numérique afin d'établir un diagnostic précis de ses besoins

Contacteur les prospects par des moyens physiques et distanciels dans le but de mettre en œuvre et respecter le plan d'action commerciale défini

Mener des opérations marketing avec des techniques de prospection directes et indirectes auprès d'une cible définie afin d'atteindre les objectifs commerciaux

Planifier et organiser ses actions commerciales dans un environnement digitalisé en utilisant les outils numériques et logiciels de gestion afin d'atteindre ses objectifs commerciaux

Construire un argumentaire de vente de produits et services en lien avec les besoins et attentes d'une cible définie et sur une zone de prospection délimitée, afin d'optimiser les ventes

Concevoir des outils d'aide à la vente (OAV) en améliorant l'efficacité du traitement de l'information pour optimiser les ventes

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2 Mises en situations professionnelles

1/ Réalisée en individuel, à l'écrit

A partir de la situation d'une entreprise fictive, présentant son contexte interne ainsi que son environnement économique et commercial, il est demandé au candidat de :

- Analyser le marché et son évolution, l'offre concurrentielle et la demande des consommateurs
- Effectuer le diagnostic interne/externe de l'entreprise Proposer une stratégie de développement et un plan d'action marketing

2/ Réalisée en individuel, à l'écrit

A partir de la situation d'une entreprise fictive, présentant son contexte interne ainsi que son environnement économique et commercial, le candidat met en place une campagne de marketing directe.

RNCP34559BC02 — Négocier et vendre des produits et services

LISTE DE COMPÉTENCES

Fixer des objectifs de négociation critériés sur la vente de produits et services afin de maximiser l'atteinte de ces derniers

Dans un contexte B to B ou B to C, mener un entretien de négociation dans une argumentation gagnant/gagnant répondant aux objectifs des deux parties et les inscrivant dans un partenariat durable

En s'inscrivant dans le respect de la politique commerciale et des conditions générales de vente, rédiger des propositions commerciales dématérialisées présentant une offre en réponse à la demande du client

Conclure une vente de produits et services dans le respect des clauses juridiques du secteur d'activité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

2 Mises en situations professionnelles

1/ Réalisée en individuel, à l'écrit

A partir de données d'une entreprise fictive, présentant son contexte interne, son environnement économique et commercial, son plan d'action commerciale ainsi que la demande d'un client, il est demandé au candidat de :

- Concevoir une ou plusieurs propositions commerciales répondant à la demande du client
- Elaborer l'argumentaire de vente
- Définir le cadre de la négociation

2/ Réalisée en individuel, à l'oral

Le candidat présente le dossier qu'il a élaboré en phase 1.

RNCP34559BC03 — Suivre l'activité commerciale de son secteur

LISTE DE COMPÉTENCES

Calculer les différents indicateurs de performance (coûts, charges, marges, seuils, ratios...) à l'aide d'outils bureautiques et dans l'optique d'évaluer les actions menées sur une période donnée

Dans une démarche d'amélioration continue, réaliser des reportings et des tableaux de suivi d'activité/stocks de produits et services afin de mettre en place des mesures correctives

Analyser des enquêtes de satisfaction à l'aide d'outils bureautiques avec pour buts de maximiser les ventes et

fidéliser la clientèle

Gérer les insatisfactions et les litiges, individuellement ou en équipe, afin de garantir la qualité de la relation client

Développer une stratégie de fidélisation de son portefeuille clients par des actions commerciales ciblées et dans le respect de la politique commerciale et de l'éthique de l'entreprise

Dans un contexte marchand concurrentiel, pérenniser la relation commerciale via des techniques et outils numériques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

3 Mises en situations professionnelles

1/ Réalisée en individuel, à l'écrit

A partir de données chiffrées d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :

- Réaliser et analyser le suivi quantitatif
- Etablir des propositions de mesures correctives

2/ Réalisée en individuel, à l'écrit

A partir de données commerciales statistiques et qualitatives d'une entreprise fictive, le candidat réalise un questionnaire intelligent.

3/ Réalisée en individuel, à l'écrit

A partir de résultats d'enquêtes de satisfaction d'une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :

- Décrire une méthode de suivi de la relation client
- Définir un process de traitement des litiges
- Proposer une action de fidélisation

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur du commerce

; Il

travaille seul ou en équipe sous la responsabilité d'un responsable de secteur et/ou d'un responsable commercial/force de vente.

L'attaché(e) commercial sera amené à travailler dans différentes structures de tailles et d'organisations (PME/PMI, groupe, ...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Attaché commercial - Agent commercial / commercial - Assistant commercial - Commercial - Visiteur commercial - Délégué commercial - Technico-commercial - Agent technico-commercial - Conseiller des ventes,

- Responsable clientèle - Assistant marketing - Attaché clientèle/Chargé de clientèle - Représentant.

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 3 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 556 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	31 127
Jugés difficiles à recruter	41 %
Emplois saisonniers	2 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Niveau 4 validé
- Expérience professionnelle souhaitée dans le domaine visé

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Chaque jury est composé de 3 membres dont le président de jury :

- 1 membre de l'Institut (président de jury)
- 2 professionnels (employeur / salarié) exerçant dans la fonction

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Chaque jury est composé de 3 membres dont le président de jury :

- 1 membre de l'Institut (président de jury)
- 2 professionnels (employeur / salarié) exerçant dans la fonction

Base légale

Date de décision	24/04/2020
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	24/04/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	7	0	92 %	—
2017	8	0	85 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28116

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP37092

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34559/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	12
Parcours menés à terme	9
Taux d'achèvement	75 %
Période	02/2022 – 07/2023

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	57
Montant total engagé	80 973 €
Coût moyen par dossier	1 421 €
Durée moyenne	1067 h
Période	02/2020 – 01/2023
France compétences	86 %
France Travail	8 %
Reste à charge titulaire	4 %
Régions	2 %

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