

Gestionnaire Administration des Ventes

RNCP35663 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	324t, 312m
Formacode(s)	34056, 35029, 34076
Code(s) ROME	D1401
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/06/2021
Date d'échéance	17/06/2024

Certificateur(s)

ASCENCIA PARIS LA DEFENSE · SIRET : 50123141900034

Partenaires habilités

47 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 47 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACTIV'PARTNERS	43210644100053	Former et organiser l'évaluation
ADEOS FORMATIONS	53909770900023	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 GESTION ECOLE AGRICULTURE ETABLIERES	78644691400016	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900014	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900030	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION SUP DE VINCI	40955435900011	Former et organiser l'évaluation
AXELERANCE FORMATION	51164901400046	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 47 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35663-gestionnaire-administration-des-ventes/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Depuis plusieurs années, la transformation numérique bouleverse les relations commerciales et notamment l'expérience client. En effet, les nouvelles générations sont hyper connectées et veulent des produits et services disponibles immédiatement. Ces nouveaux clients sont donc plus aguerris et autonomes mais également plus impatients et exigeants. Avec la multiplication des outils digitaux, ils sont à la recherche de la meilleure expérience et se réfèrent aux conseils transmis sur les réseaux sociaux, ce qui les rend assez peu fidèles. C'est pourquoi, les entreprises d'aujourd'hui doivent revoir leur stratégie d'approche commerciale et adapter les compétences des fonctions en contact direct avec les clients, comme les Gestionnaires de l'Administration des Ventes. En 2015, une étude de Walker prévoyait qu'en 2020, l'expérience client deviendrait le principal élément différenciant avant le prix et le produit.

Les évolutions rapides des comportements et des attentes clients ces dernières années ont confirmé ce changement. En effet, la concurrence s'est accrue, rendant les opportunités de différenciation sur les produits et les prix difficiles, il est donc plus que jamais nécessaire pour les entreprises d'adapter leur stratégie. Désormais, les clients valorisent plus l'expérience que le produit, c'est ce que l'on appelle « l'économie de l'expérience ». Il s'agit de la nouvelle façon d'appréhender les interactions entre l'ensemble des acteurs économiques dans nos écosystèmes de plus en plus larges, redéfinissant le rapport entre sphère réelle et sphère digitale. A ce sujet, HubSpot a en effet constaté que « 93% des clients sont plus susceptibles d'acheter les produits d'entreprises offrant un excellent service client ».

De plus, le fait de donner la priorité à l'expérience client a ainsi un impact économique positif puisque « 84% des entreprises qui s'emploient à améliorer ce domaine constatent une augmentation de leurs revenus ».

Le Zendesk Customer Experience Trends Report 2020 a analysé les tendances 2020 de la relation client et il révèle que les attentes clients sont plus fortes que jamais alors que la fidélité demeure très éphémère. D'après ce rapport, « environ 50 % des clients déclarent être prêts à passer chez un concurrent après une seule expérience négative. Si les mauvaises expériences se multiplient, ce chiffre grimpe jusqu'à 80 % ».

L'importance que les consommateurs accordent au service client ne cesse de croître.

En parallèle, le récent rapport de Gartner prévoit que « d'ici 2023, les entreprises qui sont à un stade avancé de leur transformation numérique constateront qu'une mauvaise expérience client pourrait être un frein à leur développement ».

« Nous sommes dans une toute nouvelle ère, les attentes clients changent à tel point que le service client peut faire ou défaire une entreprise. Pour construire une base de clients fidèles tout en se différenciant véritablement, les entreprises, quels que soient leur secteur d'activité, taille et zone géographique, doivent offrir une expérience client sans friction et tirer profit de chaque interaction pour fidéliser les consommateurs. »

Elisabeth Zornes, Chief customer officer chez Zendesk

Les années à venir seront donc marquées par le rôle central attribué à l'expérience client. Les entreprises qui en comprendront l'importance et développeront en priorité ce domaine, seront en mesure de mieux répondre aux attentes clients.

C'est pourquoi, le défi actuel des entreprises est d'adopter la bonne stratégie en utilisant les bonnes ressources (humaines) et les bons outils pour offrir une expérience optimisée et personnalisée aux clients.

Les études de l'INRC montrent que « plus de 50 % des entreprises rencontrent des difficultés de recrutement ». 70 % d'entre elles expliquent que ces difficultés sont liées à l'inadéquation des compétences à leur besoin et le tiers restant évoque un nombre insuffisant de candidatures. Selon les meilleures hypothèses de l'INRC, « les métiers de la relation client pourraient créer encore près de 50 000 emplois dans les 5 ans à venir ».

Ces métiers en contact direct avec les clients sont indispensables pour toutes les entreprises, quel que soit leur domaine d'activité. En effet, la relation client constitue un facteur clé de différenciation et de compétitivité sur le marché français comme sur le marché international. La croissance durable des entreprises est liée à une forte ambition sociale et managériale dont l'un des fondements est la qualité de la relation client. La compétitivité des entreprises nécessite de revoir les « compétences client » à tous les niveaux de l'organisation pour en faire une préoccupation fondamentale. En effet, « être compétitif dans un marché mondialisé, c'est non seulement commercialiser des produits et des services de qualité au bon prix, mais c'est aussi savoir apporter de la valeur par la qualité de l'expérience client ».

C'est dans ce contexte concurrentiel, marqué par la mutation des besoins et attentes clients ainsi que par les importantes évolutions numériques des métiers liés aux relations clients, que les entreprises ont besoin de ressources capables d'en maîtriser tous les enjeux afin de proposer des offres de produits et services innovantes et qualitatives. Comme nous l'avons vu précédemment, la qualité de la relation client doit être l'une des priorités

principales au sein de chaque entreprise.

Description des évolutionsAinsi, cette analyse motive le renouvellement de notre certification « Gestionnaire de l'administration des ventes », validant ainsi l'adaptation de notre référentiel au regard de l'évolution des comportements et des attentes clients, en lien avec la transformation numérique, et de la stratégie commerciale qui en découle. En effet, notre certification vise à développer une approche globale et transversale des problématiques de la relation client et de la satisfaction client, à travers des connaissances académiques et des pratiques professionnelles.

De plus, la notion de « relation client » faisant partie intégrante du métier de Gestionnaire de l'administration des ventes, nous avons décidé de le retirer de l'intitulé de la certification. Nous avons également renforcé les activités et les compétences en lien avec la coordination (pilotage) et la gestion des relations et des données internes et externes ainsi que la participation à des actions de commercialisation dans le but d'accompagner le développement commercial de l'entreprise.

ACTIVITÉS VISÉES

Le/la gestionnaire administration des ventes (ADV) occupe un rôle stratégique au sein de son entreprise. C'est lui/elle qui est chargé du bon déroulement des ventes entre son entreprise et ses clients, et ce tout au long du processus, depuis la commande jusqu'à la livraison.

Il/elle est chargé(e) des négociations avec les futurs acheteurs afin de définir au mieux les conditions de vente. Il/elle doit également procéder au contrôle et au bon enregistrement des différents contrats de vente. Polyvalent(e), il/elle assure le relais entre le client et les différents services de son entreprise comme les commerciaux, le service comptabilité ou encore les transporteurs.

Le/la gestionnaire ADV remplit des missions de suivi aussi bien financier qu'administratif : il/elle déploie les procédures pouvant être mises en place et veille à leur bon déroulement. Par exemple, le versement des avoirs ou des encours des acquéreurs. Les clients ne sont pas ses seuls interlocuteurs. Après avoir réalisé des appels d'offres, il/elle doit également se rapprocher, négocier et travailler avec des fournisseurs et des prestataires extérieurs à son entreprise. Avec eux, il/elle définit un cahier des charges lié à la commande et, là encore, s'assure du bon déroulement des opérations et de l'expédition des produits demandés.

Il/elle peut être amené(e) à prospecter, à vendre un produit ou une prestation, fournir une assistance technique.

Il/elle contribue aux opérations de gestion des contrats de vente, depuis l'enregistrement des commandes jusqu'à la livraison aux clients ainsi que le suivi du stock et le suivi logistique des approvisionnements. Souvent, il est également chargé de la mise en place des tableaux de bord et de l'analyse des ventes ainsi que de l'actualisation des échéanciers. Bien que souvent rattaché(e) au service commercial, il/elle se situe à l'interface entre le département commercial et le département administratif et financier.

Ses missions s'inscrivent dans le cadre du système d'informations, d'ERP (Enterprise Resource Planning), d'EDI (Echange de données informatisées) de l'entreprise et nécessitent l'utilisation d'un SAP, PGI et de CRM (Customer Relationship Management), de bases de données clients. En effet, l'utilisation de nouvelles technologies bureautiques et de communication est impérativement requise.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Prendre en charge en face à face ou à distance un client / un prospect afin d'effectuer l'étude préalable de la demande, du besoin client

Apporter des informations techniques à un client / un prospect sur un produit / un service pour l'aider et l'orienter dans son processus d'achat

Etablir un questionnaire efficace afin d'assurer une relance prospect ou pour adapter son argumentaire pour l'établissement d'un devis

Elaborer une proposition de vente respectant les réglementations légales et la culture globale de l'entreprise

Apporter une réponse technico-commerciale complète permettant d'optimiser la performance de la négociation sur le plan qualité – cout - délai

Utiliser les techniques comportementales adaptées à l'aboutissement d'une vente en s'adaptant à un contexte défini et finaliser l'acte d'achat

Développer la personnalisation de la relation client et de l'offre apportant une valeur concurrentielle à l'entreprise

Assurer un rôle de soutien dans la prospection et les actions d'attractivité clients pour développement le portefeuille existant

Porter assistance à un client en récoltant et recherchant les informations nécessaires afin de résoudre un problème rencontré

Assurer le service après-vente, traiter les réclamations clients afin de gérer les mécontentements, d'éviter les

contentieux, les litiges, les impayés

Suivre des clients / prospects dans leur cycle de vie (évolution, panier moyen, fréquence) dans le but de maîtriser l'évolution du portefeuille clients

Entretenir la relation client à distance en adaptant ses outils de communication

Adapter sa posture et ses process à une clientèle à distance

Capitaliser sur la gestion de la data client pour améliorer son positionnement et l'expérience client

Etablir une dynamique e-relationnelle

Utiliser des tableurs, ERP, CRM, progiciel de gestion des stocks et intégrer des commandes sur un logiciel pour optimiser la réactivité de transmission des données

Mettre à jour et qualifier les fichiers, bases de données clients / prospects (dans un CRM, ERP) dans le but d'améliorer la relation client et les actions sur le(s) portefeuille(s)

Définir et schématiser les besoins en données des différents outils et services afin d'identifier des dysfonctionnements, confronter des informations et les codifier

Gérer et améliorer les systèmes de circulation de l'information tant en interne qu'en externe

Créer / améliorer les modes opératoires et les procédures clients, fournisseurs, prestataires pour une uniformisation des fonctionnements

Partager les données et les bonnes pratiques avec les autres services internes et les partenaires extérieurs à des fins d'amélioration continue de la qualité

Utiliser ou mettre en place des outils de travail collaboratif pour fluidifier les échanges et les interactions entre services

Optimiser la Gestion Electronique des Documents en intégrant la gestion des processus de classement et d'archivage dans la démarche

Accueillir, accompagner, transmettre des connaissances techniques à de nouveaux collaborateurs / stagiaires pour renforcer les équipes

Intervenir sur les plannings (tournées, interventions, RDV commerciaux, etc...) / les agendas partagés et les adapter en fonction des contraintes organisationnelles des acteurs dans le but d'optimiser la communication générale du(des) service(s)

Proposer des améliorations dans les supports de communication, offline ou online, pour les différents acteurs interne ou externe

Participer à des événements, des opérations de promotion, de fidélisation pour dynamiser les activités commerciales et soutenir la force de vente

Assurer l'interface entre les commerciaux, les services, les clients, les prestataires en inscrivant sa démarche dans une chaîne de valeur avec les fonctions supports

Identifier des indicateurs de suivi / de performance et (co)construire des tableaux de bord dans le but d'assurer des rapports d'activité

Sélectionner et extraire des données d'un progiciel (CRM, ERP) et assurer le reporting des données clients en combinant des technologies

Entretenir les relations avec les fonctions supports des différents services afin de mettre à jour les données et les informations

Participer à l'organisation de réunion en apportant des données quantitatives et qualitatives à tout ou partie des interlocuteurs de l'entreprise

Administrer et participer à des études par téléphone, en unité, en ligne pour accompagner la recherche d'éléments constitutifs de la satisfaction ou insatisfaction client.

Analyser des retours clients / enquêtes de satisfaction dans le but d'assurer une remontée d'information aux fonctions concernées.

Suivre le taux de satisfaction client et proposer des évolutions des fonctionnalités liées aux programmes de fidélisation visant une meilleure expérience de marque

Intégrer ou vérifier l'enregistrement des commandes afin d'assurer le déclenchement du processus de production, de distribution

Assurer le suivi des enregistrements de commandes pour préparer les livraisons, établir et contrôler un bon de livraison

Participer au contrôle et à l'élaboration de la tarification

Assurer l'assistanat export et l'interface avec les acteurs de la supply chain, les transports, les douanes, les ventes

Enregistrer, traiter ou transmettre les retours et/ou réclamations clients, traiter les non-conformités ; réceptionner et suivre les retours produits

Suivre les stocks sur un logiciel, progiciel

Gérer la relation avec les fournisseurs en définissant les prestataires appropriés en fonction des exigences des clients

Relancer les fournisseurs en cas de retard de livraison et répertorier les incidents logistiques

Assurer le suivi administratif de documents de transport et/ou intervenir en tant que support pour l'export et/ou le suivi des transporteurs

Etablir, contrôler la facturation (les avoirs, les escomptes, les en-cours clients, les reliquats) et gérer les éléments de paiements des commandes

Planifier les paiements, relancer et mettre à jour les créances clients, gérer les dossiers d'affacturage et d'encaissement

Accompagner les procédures de relance, de recouvrement (balance âgée) en cas d'impayé (extraction des données, anomalies identifiées)

Participer à la gestion des risques liés à la clientèle, veiller à la solvabilité des clients, procéder à l'analyse financière clients / prospects

Participer à la veille budgétaire et financière afin d'accompagner le manager dans le contrôle de la rentabilité des activités

Blocs de compétences

RNCP35663BC01 — Gestion de la relation client en face à face ou à distance

LISTE DE COMPÉTENCES

Prendre en charge en face à face ou à distance un client / un prospect afin d'effectuer l'étude préalable de la demande, du besoin client

Apporter des informations techniques à un client / un prospect sur un produit / un service pour l'aider et l'orienter dans son processus d'achat

Établir un questionnement efficace afin d'assurer une relance prospect ou pour adapter son argumentaire pour l'établissement d'un devis

Élaborer une proposition de vente respectant les réglementations légales et la culture globale de l'entreprise

Apporter une réponse technico-commerciale complète permettant d'optimiser la performance de la négociation sur le plan qualité – cout - délai

Utiliser les techniques comportementales adaptées à l'aboutissement d'une vente en s'adaptant à un contexte défini et finaliser l'acte d'achat

Développer la personnalisation de la relation client et de l'offre apportant une valeur concurrentielle à l'entreprise

Assurer un rôle de soutien dans la prospection et les actions d'attractivité clients pour développement le portefeuille existant

Porter assistance à un client en récoltant et recherchant les informations nécessaires afin de résoudre un problème rencontré

Assurer le service après-vente, traiter les réclamations clients afin de gérer les mécontentements, d'éviter les contentieux, les litiges, les impayés

Suivre des clients / prospects dans leur cycle de vie (évolution, panier moyen, fréquence) dans le but de maîtriser l'évolution du portefeuille clients

Entretenir la relation client à distance en adaptant ses outils de communication

Adapter sa posture et ses process à une clientèle à distance

Capitaliser sur la gestion de la data client pour améliorer son positionnement et l'expérience client

Établir une dynamique e-relationnelle

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un projet fictif de création d'un produit et (2) d'un dossier d'études de la relation client

(1) Le candidat travaillera sur l'élaboration de la fiche technique d'un produit imaginé et décrira le mix-marketing en découlant et les techniques de vente inhérentes.

(2) Le candidat présentera, dans un contexte de travail réel, une étude portant sur les processus d'accompagnement à la relation client au sein de son service et la proposition d'amélioration.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un extérieur au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le Référent handicap

RNCP35663BC02 — Accompagnement à la coordination des informations et au développement commercial d'un service, d'une organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Utiliser des tableurs, ERP, CRM, progiciel de gestion des stocks et intégrer des commandes sur un logiciel pour optimiser la réactivité de transmission des données

Mettre à jour et qualifier les fichiers, bases de données clients / prospects (dans un CRM, ERP) dans le but d'améliorer la relation client et les actions sur le(s) portefeuille(s)

Définir et schématiser les besoins en données des différents outils et services afin d'identifier des dysfonctionnements, confronter des informations et les codifier

Gérer et améliorer les systèmes de circulation de l'information tant en interne qu'en externe

Créer / améliorer les modes opératoires et les procédures clients, fournisseurs, prestataires pour une uniformisation des fonctionnements

Partager les données et les bonnes pratiques avec les autres services internes et les partenaires extérieurs à des fins d'amélioration continue de la qualité

Utiliser ou mettre en place des outils de travail collaboratif pour fluidifier les échanges et les interactions entre services

Optimiser la Gestion Electronique des Documents en intégrant la gestion des processus de classement et d'archivage dans la démarche

Accueillir, accompagner, transmettre des connaissances techniques à de nouveaux collaborateurs / stagiaires pour renforcer les équipes

Intervenir sur les plannings (tournées, interventions, RDV commerciaux, etc...) / les agendas partagés et les adapter en fonction des contraintes organisationnelles des acteurs dans le but d'optimiser la communication générale du(des) service(s)

Proposer des améliorations dans les supports de communication, offline ou online, pour les différents acteurs interne ou externe

Participer à des événements, des opérations de promotion, de fidélisation pour dynamiser les activités commerciales et soutenir la force de vente

Assurer l'interface entre les commerciaux, les services, les clients, les prestataires en inscrivant sa démarche dans une chaîne de valeur avec les fonctions supports

Identifier des indicateurs de suivi / de performance et (co)construire des tableaux de bord dans le but d'assurer des rapports d'activité

Sélectionner et extraire des données d'un progiciel (CRM, ERP) et assurer le reporting des données clients en combinant des technologies

Entretenir les relations avec les fonctions supports des différents services afin de mettre à jour les données et les informations

Participer à l'organisation de réunion en apportant des données quantitatives et qualitatives à tout ou partie des interlocuteurs de l'entreprise

Administrer et participer à des études par téléphone, en unité, en ligne pour accompagner la recherche d'éléments constitutifs de la satisfaction ou insatisfaction client.

Analyser des retours clients / enquêtes de satisfaction dans le but d'assurer une remontée d'information aux fonctions concernées.

Suivre le taux de satisfaction client et proposer des évolutions des fonctionnalités liées aux programmes de fidélisation visant une meilleure expérience de marque

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas pratique contextualisé, (2) d'un projet fictif et (3) d'un projet de pérennisation

(1) Le candidat prendra connaissance d'une (de) problématique(s) fictive(s) rencontrée(s) dans les procédures internes d'une entreprise créant des dysfonctionnements dans l'organisation et/ou de l'insatisfaction clients et devra proposer les solutions adaptées à la résolution du(des) problèmes.

(2) Le candidat travaillera sur un projet fictif de communication pour accompagner une entreprise dans l'amélioration de sa communication et le développement de sa visibilité, de sa notoriété.

(3) Le candidat présentera, dans un contexte de travail réel, une étude portant sur la coordination des informations internes et externes d'un service, d'une organisation ainsi que sur le processus d'évaluation de la satisfaction et formulera une critique structurée et proposera des pistes d'amélioration.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un extérieur au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le Référent handicap

RNCP35663BC03 — Gestion des aspects administratifs et financiers d'un dossier client

LISTE DE COMPÉTENCES

Intégrer ou vérifier l'enregistrement des commandes afin d'assurer le déclenchement du processus de production, de distribution

Assurer le suivi des enregistrements de commandes pour préparer les livraisons, établir et contrôler un bon de livraison

Participer au contrôle et à l'élaboration de la tarification

Assurer l'assistanat export et l'interface avec les acteurs de la supply chain, les transports, les douanes, les ventes

Enregistrer, traiter ou transmettre les retours et/ou réclamations clients, traiter les non-conformités ; réceptionner et suivre les retours produits

Suivre les stocks sur un logiciel, progiciel

Gérer la relation avec les fournisseurs en définissant les prestataires appropriés en fonction des exigences des clients

Relancer les fournisseurs en cas de retard de livraison et répertorier les incidents logistiques

Assurer le suivi administratif de documents de transport et/ou intervenir en tant que support pour l'export et/ou le suivi des transporteurs

Établir, contrôler la facturation (les avoirs, les escomptes, les en-cours clients, les reliquats) et gérer les éléments de paiements des commandes

Planifier les paiements, relancer et mettre à jour les créances clients, gérer les dossiers d'affacturage et d'encaissement

Accompagner les procédures de relance, de recouvrement (balance âgée) en cas d'impayé (extraction des données, anomalies identifiées)

Participer à la gestion des risques liés à la clientèle, veiller à la solvabilité des clients, procéder à l'analyse financière clients / prospects

Participer à la veille budgétaire et financière afin d'accompagner le manager dans le contrôle de la rentabilité des activités

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) de mini-cas pratiques contextualisés et (2) d'un dossier de gestion des activités administrative et financière.

(1) Le candidat prendra connaissance d'une problématique fictive rencontrée dans chacune des activités du bloc et devra trouver les solutions adaptées à leurs résolutions.

(2) Le candidat présentera, dans un contexte de travail réel, des situations de gestion des activités administratives et financières vécues (une par activité du bloc au minimum dans un maximum de cinq) et formulera des critiques et des pistes d'amélioration.

L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un extérieur au centre.

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le Référent handicap

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Gestionnaire de l'administration des ventes exerce dans tous types d'entreprises, qu'elles soient commerciales,

industrielles ou sociétés de services (incluant les centres d'appels).

La taille de ces entreprises est variable :

- Des TPE/TPI
- Des PME/PMI
- Exceptionnellement dans les grandes entreprises où les fonctions achats et ventes sont différenciées.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Gestionnaire de la relation commerciale
- Gestionnaire de comptes clients
- Gestionnaire de l'administration des ventes
- Administrateur des ventes
- Assistant gestion commerciale
- Assistant commercial
- Assistant clientèle
- Assistant SAV
- Assistant de gestion
- Conseiller en ligne

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 347 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	36 040
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	7 %
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés L3X80 — Secrétaires de direction R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le candidat doit être titulaire d'un Baccalauréat, ou Titre RNCP de niveau 4, ou dans les filières vente, administratif, marketing, gestion, RH)

Le candidat ayant validé au moins une première année de BTS ou DUT dans la spécialité (commerce, administratif, gestion) peut s'inscrire directement à la préparation en 2ème année.

Le candidat non titulaire d'un diplôme ou titre susmentionné, mais justifiant de plus de 2 années d'expériences dans des postes d'administratifs, gestionnaire ou de relations commerciales peut être admis sous réserve des conditions d'admission.

L'admission (quelle que soit la voie) se fait sur dossier et tests écrits et entretien de motivation

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

- La directrice pédagogique Ascencia BS (Présidente)
- Le coordinateur de programme
- Deux professionnels externes

COMPOSITION DU JURY — VAE

- La responsable du service VAE (Présidente)
- Deux professionnels externes en activité

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	8 300 €
Selon la branche	6 000 € – 8 520 €
Prise en charge	Branches concernées
8 300 €	Valeur par défaut · 184 branches
8 520 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme, CPNE des Télécoms, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNE industries alimentaires diverses
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
8 000 €	CPNE chimie, CPNE de l'immobilier
6 500 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE des industries de santé (CPNEIS)
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 343 €	CPNEFP Import-Export

Base légale

Date de décision	17/06/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/06/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	17	6	93 %	53 %
2018	9	6	83 %	63 %
2017	9	5	100 %	50 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28662

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ascencia-business-school.com/formation-bac-a-bac2-gestionnaire-de-l-administration-des-ventes/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35663/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 01/2023 à 12/2026

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	260
Parcours menés à terme	257
Taux d'achèvement	99 %
Période	04/2022 – 10/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	268
Montant total engagé	550 761 €
Coût moyen par dossier	2 055 €
Durée moyenne	43 h
Période	09/2021 – 06/2024
France compétences	89 %
France Travail	5 %
OPCO	3 %
Reste à charge titulaire	2 %
Entreprise	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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