

Responsable du développement commercial de produits touristiques

RNCP35979 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42654, 42668, 42648, 42638
Code(s) ROME	G1301, G1102, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	15/10/2021
Date d'échéance	15/10/2022

Certificateur(s)

IPAC · SIRET : 38416491900027

<http://www.ipac-france.com>

Partenaires habilités

11 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 11 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AFTEC	35119111900251	Former et organiser l'évaluation
ASS GESTION ECOLE AGRICULTURE ETABLIERES	78644691400164	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION INSTITUT LIMAYRAC	77694486000019	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION SCOLAIRE DE LA SALLE	78000231700011	Former et organiser l'évaluation
ECOTEC	33830238300041	Former et organiser l'évaluation
ESPL-ECOLE SUPERIEURE DES PAYS DE LOIRE	44344472400027	Former et organiser l'évaluation
IPAC	38416491900183	Former et organiser l'évaluation
IPAC	38416491900191	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION	32922456200234	Former et organiser l'évaluation
LA COMPAGNIE DE FORMATION - PIGIER- MBWAY-CAP VERS	32922456200572	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 11 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp35979-responsable-du-developpement-commercial-de-produits-touristiques/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les activités liées au tourisme représentent un enjeu national majeur en matière d'emplois renforcé par la perspective de l'organisation de grands événements internationaux sportifs, festifs ou culturels tels que les festivals et les Jeux Olympiques en 2024 et par la concurrence d'autres destinations touristiques mondiales.

L'offre touristique, de plus en plus innovante, s'est également diversifiée par thématiques, ou autour de circuits, qui

permettent de combiner diverses formes de visites ou de pratiques (tourisme vert, balnéaire, fluvial, éco tourisme, tourisme d'affaire, tourisme patrimonial, culturel, historique, gastronomique, œnologique, urbain, sportif, bien-être, aventure, etc.).

Parallèlement à cet essor, les activités liées au tourisme sont confrontées à de nombreuses mutations économiques, structurelles et socio-économiques, notamment liées au numérique, qui impactent de manière immédiate les besoins en compétence des entreprises et des salariés.

ACTIVITÉS VISÉES

Conception de produits touristiques en intégrant les enjeux du développement durable

Étude d'opportunités de création d'un produit touristique

Étude de faisabilité du produit touristique

Rédaction d'appels d'offre en français et en anglais et sélection des fournisseurs de prestations touristiques

Mise en marché du produit touristique

Évaluation de la performance du produit touristique

Commercialisation de produits touristiques durables

Mise en œuvre d'actions de marketing opérationnel

Communication avec la clientèle cible en français et en anglais

Élaboration d'une offre de produit touristique sur mesure

Commercialisation d'un produit touristique

Mise en œuvre des techniques de vente

Animation de l'activité e-commerce

Suivi de la vente du produit touristique dans une logique d'amélioration continue du processus commercial

Pilotage de l'activité de conception et de commercialisation de produits touristiques durables

Organisation de la mise en œuvre de la stratégie de développement commercial de l'entreprise

Pilotage de l'activité commerciale online et/ou offline

Optimisation de l'expérience client

Management d'une équipe projet transverse

Compte rendu du développement de l'activité commerciale auprès de la direction

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Concevoir des produits touristiques en intégrant les enjeux du développement durable

Réaliser une étude de marché nationale et/ou internationale et en utilisant les outils de diagnostic externe pour identifier les opportunités et les facteurs de risques

Définir une stratégie marketing en analysant les segments de clientèle et leurs attentes pour en effectuer un ciblage

Vérifier la viabilité du produit touristique en réalisant une étude de faisabilité dans une démarche globale de développement touristique durable pour déterminer les étapes de réalisation du projet et les ressources associées

Concevoir le dossier technique du produit touristique pour rédiger des appels d'offre en français et en anglais

Analyser les réponses aux appels d'offre en utilisant une matrice de décision pour sélectionner les fournisseurs, sous-traitants et prestataires

Élaborer une stratégie de distribution en s'appuyant sur l'étude du marché et le ciblage de la clientèle pour optimiser la phase de lancement du produit touristique sur le marché

Analyser périodiquement la performance du produit touristique en évaluant la satisfaction client et la qualité des prestations des fournisseurs pour mesurer la pertinence de l'ingénierie conduite

Commercialiser des produits touristiques durables

Sélectionner les canaux de distribution online et/ou offline adaptés au produit touristique pour mettre en place une distribution omnicanal

Organiser la communication relative à l'offre touristique en utilisant les techniques marketing online et/ou offline pour la promouvoir

Pratiquer le yield management en analysant les données collectées online et/ou offline pour mettre en œuvre une stratégie de prix différenciée

Conduire la relation commerciale en déployant des actions de communication écrite et orale en français et en anglais, online et/ou offline, respectueuses des codes culturels et sociaux de la clientèle cible pour favoriser son engagement

Analyser les besoins et attentes de la clientèle en utilisant les techniques d'entretien découverte pour construire une offre personnalisée par assemblage de différentes prestations touristiques

Commercialiser en direct auprès de la clientèle cible en utilisant une plateforme de e-commerce et/ou d'autres moyens (espaces de vente physique, téléphone, mails) pour promouvoir et/ou vendre les produits touristiques en B2C

Commercialiser en développant un réseau de professionnels distributeurs, acheteurs ou prescripteurs, en utilisant les logiciels spécifiques au secteur (logiciel de réservation, Property Management System...) ou d'autres moyens (rencontres, participation à des salons...), pour promouvoir et/ou vendre les produits touristiques en B2B

Négocier en français et en anglais les conditions techniques et tarifaires avec les clients particuliers et/ou professionnels, les intermédiaires et prestataires, en utilisant les techniques de négociation appropriées, pour optimiser les coûts et préserver les marges

Décider des leviers webmarketing à activer pour accroître la visibilité, le trafic et la notoriété du site e-commerce

Traiter les réclamations clients et/ou litiges commerciaux émis online et/ou offline en mobilisant les techniques de négociation pour décider des solutions à apporter dans le respect du cadre réglementaire propre à l'activité touristique et de la charte éthique de l'entreprise

Piloter l'activité de conception et de commercialisation de produits touristiques durables

Construire le plan d'action commercial (PAC) en déterminant les objectifs et ressources nécessaires pour déployer la stratégie de développement commercial écoresponsable de l'entreprise

Concevoir des tableaux de bord en sélectionnant les indicateurs clés de performance (KPI) de l'activité commerciale offline et/ou online pour piloter le plan d'actions commerciales

Analyser le parcours d'achat des clients selon les points de contacts offline et/ou online avec la marque et/ou l'entreprise pour identifier leur comportement de consommation

Analyser la satisfaction sur l'ensemble du parcours client en utilisant des indicateurs adaptés pour optimiser l'expérience utilisateur dans un contexte omnicanal

Organiser en mode projet le travail de conception et de commercialisation du produit touristique en utilisant des outils collaboratifs pour développer la coopération et la communication interculturelle

Utiliser son leadership et les techniques de management en relayant les valeurs de l'entreprise pour motiver les parties prenantes

Construire un tableau de bord de suivi de la performance commerciale pour établir un reporting périodique de l'activité auprès de la Direction

Blocs de compétences

RNCP35979BC01 — Concevoir des produits touristiques en intégrant les enjeux du développement durable

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une étude de marché nationale et/ou internationale et en utilisant les outils de diagnostic externe pour identifier les opportunités et les facteurs de risques afin d'orienter la production touristique dans une logique de développement durable.

Définir une stratégie marketing en analysant les segments de clientèle et leurs attentes pour en effectuer un ciblage afin de concevoir un produit touristique adapté en termes de positionnement et de marché dans une logique de tourisme durable.

Vérifier la viabilité du produit touristique en réalisant une étude de faisabilité dans une démarche globale de développement touristique durable pour déterminer les étapes de réalisation du projet et les ressources associées afin de sécuriser la commercialisation.

Concevoir le dossier technique du produit touristique pour rédiger des appels d'offre en français et en anglais afin de les diffuser à un ensemble de prestataires présélectionnés (tours opérateurs, transporteurs, hébergeurs...) dans le respect de la réglementation en vigueur.

Analyser les réponses aux appels d'offre en utilisant une matrice de décision pour sélectionner les fournisseurs, sous-traitants et prestataires afin de contractualiser les relations (coûts, conditions, délais de production...) en vue de l'assemblage du produit touristique final.

Elaborer une stratégie de distribution en s'appuyant sur l'étude du marché et le ciblage de la clientèle pour optimiser la phase de lancement du produit touristique sur le marché afin d'en sécuriser les conditions de commercialisation

dans le respect des obligations réglementaires.

Analyser périodiquement la performance du produit touristique en évaluant la satisfaction client et la qualité des prestations des fournisseurs pour mesurer la pertinence de l'ingénierie conduite afin de décider du maintien ou non de la mise en marché du produit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit présentant un contexte de marché, le, la candidat(e) analyse le marché considéré pour proposer une étude d'opportunités de création d'un produit touristique.

Il, elle réalise une analyse de marché, identifie les opportunités et les facteurs de risques.

Il, elle détermine la segmentation puis la clientèle cible.

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit présentant une opportunité de développement d'un produit touristique, le, la candidat(e) analyse l'étude d'opportunités afin de proposer une étude de faisabilité du produit touristique.

Il, elle s'assure de la viabilité du produit touristique envisagé en identifiant les ressources humaines, matérielles et financières à allouer à sa mise en œuvre.

Il, elle évalue les facteurs de risques inhérents à la mise en œuvre du projet et établit une analyse bénéfices/risques.

Il synthétise l'ensemble des informations collectées et analyses effectuée dans le cadre d'une étude de faisabilité.

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit présentant un contexte de lancement d'un appel d'offres en vue du développement d'un nouveau produit touristique, le, la candidat(e) :

Conçoit un dossier technique de produit touristique support d'un appel d'offres en s'appuyant sur les données contextuelles d'un produit touristique, fournies dans le cas.

Analyse des réponses à un appel d'offre, fournies dans le cas, en s'appuyant sur une matrice de décision pour proposer une sélection finale de prestataires adaptée au contexte.

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit présentant un contexte de mise en marché d'un produit touristique, le, la candidat(e) :

Formule une proposition de stratégie de distribution en s'appuyant sur les données contextuelles du cas.

Propose des outils de mesure de la satisfaction client d'une part et de la qualité des prestations des fournisseurs d'autre part, afin d'évaluer la performance du produit touristique et la qualité du travail des fournisseurs.

RNCP35979BC02 — Commercialiser des produits touristiques durables

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner les canaux de distribution online et/ou offline adaptés au produit touristique pour mettre en place une distribution omnicanal afin de multiplier les opportunités de contacts avec la clientèle cible et affiner le positionnement choisi.

Organiser la communication relative à l'offre touristique durable en utilisant les techniques marketing online et/ou offline pour la promouvoir afin d'optimiser sa visibilité sur le marché auprès des cibles visées.

Pratiquer le yield management en analysant les données collectées online et/ou offline pour mettre en œuvre une stratégie de prix différenciée afin d'adapter l'offre à la demande dans une logique d'optimisation du rendement global du produit touristique durable en termes de chiffre d'affaires et de marge commerciale et dans le respect du code de la consommation.

Conduire la relation commerciale en déployant des actions de communication écrite et orale en français et en anglais, online et/ou offline, respectueuses des codes culturels et sociaux de la clientèle cible pour favoriser son engagement afin de concrétiser la vente.

Analyser les besoins et attentes de la clientèle en utilisant les techniques d'entretien découverte pour construire une offre touristique durable personnalisée par assemblage de différentes prestations afin de se différencier sur un marché concurrentiel en procurant au client une expérience unique.

Commercialiser en direct auprès de la clientèle cible en utilisant une

plateforme de e-commerce et/ou d'autres moyens (espaces de vente physique, téléphone, mails) pour promouvoir et/ou vendre les produits touristiques durables en B2C afin de développer le chiffre d'affaires.

Commercialiser en développant un réseau de professionnels distributeurs, acheteurs ou prescripteurs, en utilisant les logiciels spécifiques au secteur (logiciel de réservation, Property Management System...) ou d'autres moyens (rencontres, participation à des salons...), pour promouvoir et/ou vendre les produits touristiques durables en B2B afin de diversifier le chiffre d'affaires.

Négocier en français et en anglais

les conditions techniques et tarifaires avec les clients particuliers et/ou professionnels, les intermédiaires et prestataires, en utilisant les

techniques de négociation appropriées, pour optimiser les coûts et préserver les marges afin de contractualiser la proposition commerciale dans le respect de la réglementation en vigueur.

Décider des leviers webmarketing à activer pour accroître la visibilité, le trafic et la notoriété du site e-commerce afin de développer les ventes en ligne et fidéliser les internautes.

Traiter les réclamations clients et/ou litiges commerciaux émis online et/ou offline en mobilisant les techniques de négociation pour décider des solutions à apporter dans le respect du cadre réglementaire propre à l'activité touristique et de la charte éthique de l'entreprise afin de réduire l'impact des contentieux et de préserver la satisfaction client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit présentant un contexte de conduite d'actions de commercialisation de produits touristiques, le, la candidat(e) :

Etablit une politique de distribution omnicanal.

Etablit une politique de communication omnicanal.

Etablit une politique tarifaire.

Etablit une politique d'animation et de développement d'une activité e-commerce.

Traite une réclamation ou un litige complexe.

Mise en situation professionnelle reconstituée orale individuelle sous la forme d'un jeu de rôles :

Sur la base d'un cas pratique écrit présentant un contexte de relation commerciale, le, la candidat(e):

Adapte sa communication aux attentes de la clientèle et aux échanges.

Négocie les conditions techniques et tarifaires de l'offre.

Propose une offre commerciale personnalisée à la clientèle en se basant sur les données issues du cas et de l'entretien oral.

RNCP35979BC03 — Piloter l'activité de conception et de commercialisation de produits touristiques durables

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire le plan d'action commercial (PAC) en déterminant les objectifs et ressources nécessaires pour déployer la stratégie de développement commercial écoresponsable de l'entreprise afin d'atteindre les objectifs de vente fixés.

Concevoir des tableaux de bord en sélectionnant

les indicateurs clés de performance (KPI) de l'activité commerciale offline et/ou online pour piloter le plan d'action commercial afin de mesurer les écarts par rapport aux objectifs de vente fixés et de mettre en place les actions correctives nécessaires.

Analyser le parcours d'achat des clients selon les points de contacts offline et/ou online avec la marque et/ou l'entreprise pour identifier leur comportement de consommation afin de fluidifier leur expérience utilisateur sur tous les canaux de distribution et de communication.

Analyser la satisfaction sur l'ensemble du parcours client en utilisant des indicateurs adaptés pour optimiser l'expérience utilisateur dans un contexte omnicanal afin de renforcer la réputation de l'entreprise et améliorer les

performances commerciales.

Organiser en mode projet le travail

de conception et de commercialisation du produit touristique en utilisant des outils collaboratifs pour développer la coopération et la communication

interculturelle entre les parties prenantes afin de gagner en efficacité et en productivité.

Utiliser son leadership et les

techniques de management en relayant les valeurs de l'entreprise pour motiver

les parties prenantes afin de les fédérer sur le long terme autour d'un

projet de développement touristique durable dans le respect du cadre

règlementaire.

Construire un tableau de bord de suivi de la performance commerciale pour

établir un reporting périodique de l'activité auprès de la Direction afin de

mettre en exergue les points de réussite et les axes de progrès par rapport

aux objectifs de vente fixés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit le, la candidat(e) décrit les actions à conduire pour construire un plan d'action commercial et piloter l'activité commerciale.

Il, elle formule un plan d'action commercial.

Il, elle élabore des tableaux de bord de pilotage commercial.

Il, elle produit un document de reporting du développement de l'activité commerciale.

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle :

Sur la base d'un cas pratique écrit le, la candidat(e) décrit les actions à conduire pour évaluer et optimiser l'expérience utilisateur et analyser la satisfaction client.

Il, elle produit une analyse du parcours d'achat des clients.

Il, elle évalue et analyse la satisfaction client et propose des mesures d'amélioration.

Mise en situation professionnelle reconstituée ou réelle : production d'un rapport écrit et soutenance orale

Sur la base d'un contexte de conception et/ou de commercialisation de produit touristique décrit dans un rapport écrit qu'il, elle aura produit préalablement, le, la candidat(e), dans le cadre d'une soutenance orale :

Présente la problématique de conception et/ou de commercialisation et la méthodologie de gestion de projet adaptée.

Décrit la mise en œuvre et évalue les résultats obtenus à date ou les étapes à prévoir pour finaliser le projet.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le, la Responsable du développement commercial de produits touristiques peut exercer son activité dans des entreprises et structures de toutes tailles, correspondant aux principales branches du secteur du tourisme.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chef(fe) de produit tourisme
- Concepteur(trice) de produits touristiques
- Concepteur(trice) forfaitiste tourisme
- Directeur(trice) de production tourisme
- Forfaitiste
- Producteur(trice) technique de prestations touristiques
- Responsable service production tourisme
- Chef(fe) de projet de promotion touristique
- Chef(fe) de projet tourisme
- Directeur(trice) d'office de tourisme
- Responsable commercial(e)
- Responsable de la stratégie commerciale
- Responsable développement / Business

developeur
Responsable du développement commercial

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
Sans

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 082 €
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) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	15 334
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	30 %
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 R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) 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
Pour que sa demande soit recevable, le, la, candidat(e) doit justifier d'une expérience professionnelle de 12 mois minimum, en rapport avec le titre de Responsable du développement commercial de produits touristiques (activité exercée en continu ou en discontinu, à temps plein ou à temps partiel dont la durée cumulée est d'au moins 1 an). L'expérience professionnelle doit correspondre aux trois blocs de compétences suivants :
Bloc 1
Concevoir des produits touristiques en intégrant les enjeux du développement durable
Bloc 2
Commercialiser des produits touristiques durables
Bloc 3
Piloter l'activité de conception et de commercialisation de produits touristiques durables
Le, la, candidat(e) doit prouver une année d'expérience dans les activités en rapport direct avec le titre de Responsable du développement commercial de produits touristiques telles que présentées dans le référentiel.
Les activités suivantes sont reconnues :

Activités professionnelles salariées

Activités non salariées

Activités de bénévolat ou de volontariat

Activités réalisées en formation initiale ou continue

Périodes de formation en milieu professionnel (tous statuts élève, apprenti, stagiaire, contrat de professionnalisation ou contrat unique d'insertion)

Périodes de mises en situation en milieu professionnel

Stages pratiques

Préparations opérationnelles à l'emploi

La durée d'une année est calculée sur le nombre d'heures correspondant à la durée de travail effectif à temps complet en vigueur dans l'entreprise.

La durée des activités réalisées hors formation doit être supérieure à celle des activités réalisées en formation.

(dispositions conformes à l'article R 335-6 du Code de l'Éducation)

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

Le jury est composé de 4 personnes minimum.

1 Président : le certificateur ou son représentant

1 responsable de la filière tourisme : responsable pédagogique de la formation

1 professionnel du secteur du tourisme, représentant du collège employeur

1 professionnel du secteur du tourisme, représentant du collège salarié

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 50 %

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	9 535 €
Selon la branche	7 200 € – 9 581 €
Prise en charge	Branches concernées
9 535 €	Valeur par défaut · 211 branches
9 581 €	CPNEF des organismes de tourisme
7 200 €	CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC)

Base légale

Date de décision	15/10/2021
Durée de l'enregistrement	1 an
Date d'échéance de l'enregistrement	15/10/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	325	0	80 %	25 %
2018	308	1	82 %	39 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ipac-france.com/formations/bachelor-tourisme>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35979/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	6
Parcours menés à terme	6
Taux d'achèvement	100 %
Période	09/2022 – 08/2023

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	6
Montant total engagé	26 909 €
Coût moyen par dossier	4 485 €
Durée moyenne	707 h
Période	06/2022 – 09/2022
Reste à charge titulaire	56 %
France compétences	30 %
France Travail	14 %
Compte d'engagement citoyen	1 %

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