

Responsable d'activités commerciales

RNCP36294 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34593, 34026
Code(s) ROME	M1706, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/03/2022
Date d'échéance	25/03/2024

Certificateur(s)

MBA INSTITUTE · SIRET : 50388652500024
CENTRE D ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100066
CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE · SIRET : 75313914600017
CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	9785512730001 1	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	9148700920001 4	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT FRANCAIS DE GESTION	4321977620018 5	Former et organiser l'évaluation
SOCIETE POUR LA FORMATION DE L'ENTREPRISE ALPES SAVOIE	7531591440001 7	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le responsable d'activités commerciales est chargé du déploiement opérationnel de la stratégie commerciale définie par l'entreprise et de son suivi.

En toute autonomie, il propose, conçoit et met en œuvre avec l'accord de sa hiérarchie, des actions commerciales visant à répondre aux besoins de la clientèle. Il gère un portefeuille client. Il est apte à coordonner les moyens humains, financiers et logistiques ainsi que la planification des différentes tâches des personnes impliquées. Il est apte à contrôler les résultats des actions commerciales, à maîtriser la planification des budgets associés et à rendre compte à son manager direct.

L'objectif de ce cette certification est de permettre l'acquisition des solides fondamentaux des techniques de la vente directe, indirecte et vente en ligne doublés d'une aisance au niveau de l'expression orale, de la force de conviction, de la gestion d'objections et conflits, de la réalisation et analyse de tableaux de suivi de performance commerciale.

En effet, la réalisation de plans d'actions commerciales, la mise en œuvre de ceux-ci, l'élaboration d'argumentaires

convaincants, l'adaptabilité à sa cible ou plus généralement l'analyse de bases de données constituent les compétences opérationnelles recherchées par les entreprises.

De plus, la maîtrise de la complémentarité et convergence entre les services commerciaux, marketing, et communication d'une organisation sont également incontournables pour ce métier. Il est donc nécessaire pour les entreprises de recruter des profils opérationnels qui maîtrisent les techniques de vente directe, indirecte et en ligne dans le respect de la mise en œuvre de la stratégie de pénétration de marché et de développement définie par l'entreprise selon les évolutions du secteur.

ACTIVITÉS VISÉES

Participer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise ou de l'organisation

- Identification de l'environnement de l'entreprise ou de l'organisation
- Organisation d'un dispositif de veille informative
- Réalisation d'une analyse stratégique du marché de l'entreprise
- Contribution à l'élaboration d'une stratégie commerciale

Concevoir et mettre en œuvre un plan de développement commercial

- Proposition d'une stratégie de vente
- Réalisation d'entretiens commerciaux
- Proposition d'un plan d'actions commerciales
- Rédaction d'une offre commerciale
- Formalisation d'un portefeuille clients ou prospects
- Gestion de la relation client

Définir et piloter les éléments budgétaires de développement commercial

- Participation à la définition d'un budget
- Alimentation des tableaux de suivi des performances commerciales
- Analyse des performances commerciales
- Proposition d'actions correctives
- Restitution d'un rapport d'activités commerciales

Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale

- Organisation de l'activité des membres de l'unité commerciale
- Identification de l'atteinte des objectifs
- Conception d'un circuit d'information et de communication interne
- Animation de l'équipe commerciale § Gestion des objections et conflits

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1. Réaliser une étude de l'environnement et du marché cible, en recueillant des données par la réalisation d'études documentaires, qualitatives et quantitatives (échantillonnage, questionnaires, entretiens), en identifiant les concurrents, le marché, la cible client afin d'identifier les enjeux, tendances et évolutions du marché sur lequel l'entreprise est positionnée

C2. Organiser un dispositif de veille informative sur les évolutions du secteur (tendances, usages, comportements de consommateurs/clients/émergence de nouveaux environnements économiques, nouveaux outils, IA, etc.), en identifiant des sources, en déterminant un dispositif de recueil, d'analyse et de diffusion des informations, afin de contribuer au développement de l'organisation ou de l'entreprise en France ou à l'international

C3. Réaliser un audit de l'activité commerciale portant sur les forces et faiblesses de l'entreprise, et en déterminant les besoins et le positionnement stratégique de l'offre au regard du marché afin d'apprécier les performances globales de la stratégie commerciale de l'entreprise

C4 Contribuer à la détermination des objectifs commerciaux qualitatifs et quantitatifs à atteindre, en prenant en compte les orientations stratégiques définies, les composantes du marché et les capacités de l'entreprise associées aux outils de Traffic Acquisition, lead generation & Performance

C5. Proposer une stratégie de vente pour un produit ou une gamme de produits, en prenant en compte les objectifs commerciaux de l'entreprise, en élaborant des argumentaires, afin de commercialiser une offre cohérente

C6. Conduire un entretien client en face à face, en présentant son offre, en mettant en œuvre des techniques de communication, de négociation et de gestion des conflits afin de convaincre le client et de créer une relation commerciale pérenne

C7. Etablir un plan d'actions commerciales, en définissant des actions de promotion y compris digitales liées notamment au social media, marketing d'influence et outils de référencement SEO-SEA, et en élaborant des indicateurs de suivi et de résultat, afin d'optimiser la performance commerciale

C8. Rédiger une offre commerciale correspondant aux besoins du client en prenant en compte les termes de la négociation afin de permettre aux deux parties de travailler en synergie

C9. Formaliser un portefeuille clients ou prospects, en créant une base de données et en l'affinant, afin d'assurer la cohérence de la mise en œuvre des actions commerciales et contribuer à la croissance du chiffre d'affaires

C. 10 Assurer un suivi des actions commerciales en utilisant les outils de gestion et fidélisation de la relation client : User Experience, User Interface & Customer Satisfaction.

C11. Participer à la définition d'un budget, en veillant à la cohérence avec les besoins de fonctionnement d'un service commercial et en construisant un tableau budgétaire par projet intégrant l'ensemble des dépenses directes et indirectes liées notamment au sourcing et la sélection des fournisseurs, les devis, les tarifs négociés, les délais de paiements

C12. Alimenter les tableaux de suivi des performances commerciales afin de pouvoir suivre quotidiennement l'état et de le communiquer en interne

C13. Analyser les performances commerciales et proposer des actions correctives à mettre en place en interprétant les données issues des tableaux de suivi des performances commerciales pour soutenir les équipes commerciales et aider au développement de l'entreprise

C14. Restituer un « reporting commercial » auprès de sa hiérarchie, en présentant les données et leur analyse, afin d'informer sur l'état des performances actuelles et futures des actions commerciales

C15. Organiser les tâches, activités et calendriers d'exécution des membres de l'unité commerciale en prenant en compte l'adaptation de la mission aux éventuelles situations de handicap, en fonction de leurs compétences et profils et en mettant en place des outils de suivi temporel afin d'atteindre les objectifs fixés

C16. Identifier l'atteinte des objectifs de l'équipe commerciale, en identifiant les écarts avec les objectifs prévus et en mettant en œuvre des mesures d'ajustement nécessaires, en adaptant les procédures, en les simplifiant pour assurer une restitution objective à la direction ou au service concerné et garantir l'atteinte des objectifs fixés

C17. Concevoir un circuit d'information et de communication interne en rédigeant des rapports, des notes et des directives et en déterminant les informations-clefs à transmettre afin de tenir informés les différents services/parties prenantes

C18. Fédérer l'équipe commerciale en adoptant une posture et une communication managériale adaptées, en intégrant la gestion du handicap dans ses recherches de talents et en organisant des temps privilégiés (séminaires, formations, événements partagés...) afin de créer une ambiance de travail collectif efficace

C19. Gérer les conflits en adoptant des techniques de communication non violentes afin de contribuer à la Qualité de Vie au Travail des collaborateurs

Selon son projet professionnel le titulaire choisira parmi l'une des spécialisations/options suivantes

:

- Commercialisation des vins et spiritueux
- Développement commercial à l'International
- Développement commercial dans le secteur du Luxe
- Développement commercial dans le secteur du Sport
- Développement commercial pour le e-commerce et les Start-Up

Blocs de compétences

RNCP36294BC01 — Participer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise ou de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

C1. Réaliser une étude de l'environnement et du marché cible, en recueillant des données par la réalisation d'études documentaires, qualitatives et quantitatives (échantillonnage, questionnaires, entretiens), en identifiant les concurrents, le marché, la cible client afin d'identifier les enjeux, tendances et évolutions du marché sur lequel l'entreprise est positionnée ;

C2. Organiser un dispositif de veille informative sur les évolutions du secteur (tendances, usages, comportements de consommateurs/clients/émergence de nouveaux environnements économiques, nouveaux outils, IA, etc.), en identifiant des sources, en déterminant un dispositif de recueil, d'analyse et de diffusion des informations, afin de contribuer au développement de l'organisation ou de l'entreprise en France ou à l'international ;

C3. Réaliser un audit de l'activité commerciale portant sur les forces et faiblesses de l'entreprise, et en déterminant les besoins et le positionnement stratégique de l'offre au regard du marché afin d'apprécier les performances

globales de la stratégie commerciale de l'entreprise ;

C4. Contribuer à la détermination des objectifs commerciaux qualitatifs et quantitatifs à atteindre, en prenant en compte les orientations stratégiques définies, les composantes du marché et les capacités de l'entreprise associées aux outils de Traffic Acquisition, lead generation & Performance.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

RNCP36294BC02 — Concevoir et mettre en œuvre un plan de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

C5. Proposer une stratégie de vente pour un produit ou une gamme de produits, en prenant en compte les objectifs commerciaux de l'entreprise, en élaborant des argumentaires, afin de commercialiser une offre cohérente ;

C6. Conduire un entretien client en face à face, en présentant son offre, en mettant en œuvre des techniques de communication, de négociation et de gestion des conflits afin de convaincre le client et de créer une relation commerciale pérenne ;

C7. Etablir un plan d'actions commerciales, en définissant des actions de promotion y compris digitales liées notamment au social media, marketing d'influence et outils de référencement SEO-SEA, et en élaborant des indicateurs de suivi et de résultat, afin d'optimiser la performance commerciale ;

C8. Rédiger une offre commerciale correspondant aux besoins du client en prenant en compte les termes de la négociation afin de permettre aux deux parties de travailler en synergie ;

C9. Formaliser un portefeuille clients ou prospects, en créant une base de données et en l'affinant, afin d'assurer la cohérence de la mise en œuvre des actions commerciales et contribuer à la croissance du chiffre d'affaires ;

C. 10 Assurer un suivi des actions commerciales en utilisant les outils de gestion et fidélisation de la relation client : User Experience, User Interface & Customer Satisfaction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle (C5 et C6)

Etudes de cas dirigées et collectives (C7)

Etude de cas individuelle (C8)

Etude de cas individuelle (C9)

Etude de cas individuelle (C10)

RNCP36294BC03 — Définir et piloter les éléments budgétaires de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

C11. Participer à la définition d'un budget, en veillant à la cohérence avec les besoins de fonctionnement d'un service commercial et en construisant un tableau budgétaire par projet intégrant l'ensemble des dépenses directes et indirectes liées notamment au sourcing et la sélection des fournisseurs, les devis, les tarifs négociés, les délais de paiements ;

C12. Alimenter les tableaux de suivi des performances commerciales afin de pouvoir suivre quotidiennement l'état et de le communiquer en interne ;

C13. Analyser les performances commerciales et proposer des actions correctives à mettre en place en interprétant les données issues des tableaux de suivi des performances commerciales pour soutenir les équipes commerciales et aider au développement de l'entreprise ;

C14. Restituer un « reporting commercial » auprès de sa hiérarchie, en présentant les données et leur analyse, afin d'informer sur l'état des performances actuelles et futures des actions commerciales ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle (C11)

Etude de cas individuelle (C12, C13)

Mise en situation (C14)

RNCP36294BC04 — Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

C15. Organiser les tâches, activités et calendriers d'exécution des membres de l'unité commerciale en prenant en compte l'adaptation de la mission aux éventuelles situations de handicap, en fonction de leurs compétences et profils et en mettant en place des outils de suivi temporel afin d'atteindre les objectifs fixés ;

C16. Identifier l'atteinte des objectifs de l'équipe commerciale, en identifiant les écarts avec les objectifs prévus et en

mettant en œuvre des mesures d'ajustement nécessaires, en adaptant les procédures, en les simplifiant pour assurer une restitution objective à la direction ou au service concerné et garantir l'atteinte des objectifs fixés ;

C17. Concevoir un circuit d'information et de communication interne en rédigeant des rapports, des notes et des directives et en déterminant les informations-clefs à transmettre afin de tenir informés les différents services/parties prenantes ;

C18. Fédérer l'équipe commerciale en adoptant une posture et une communication managériale adaptées, en intégrant la gestion du handicap dans ses recherches de talents et en organisant des temps privilégiés (séminaires, formations, événements partagés...) afin de créer une ambiance de travail collectif efficace ;

C19. Gérer les conflits en adoptant des techniques de communication non violentes afin de contribuer à la Qualité de Vie au Travail des collaborateurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation d'intelligence collective (C15)

Etude de cas collective (C16, C17)

Etude de cas collective (C18, C19)

RNCP36294BC05 — Concevoir et mettre en œuvre des actions de commercialisation des vins et spiritueux -Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP1-1. Elaborer une stratégie de développement des ventes de vins et spiritueux, en définissant la segmentation et le ciblage du marché et le positionnement de l'offre, en prenant en compte la forte concurrence et la réglementation spécifique au secteur, pour atteindre de nouveaux consommateurs et développer les ventes en ligne ;

CP1-2. Présenter son offre de vins et spiritueux, en décrivant les produits, les facteurs influençant leurs caractéristiques, en s'appuyant sur les caractéristiques des cépages, les effets du climat, les méthodes de production et de vieillissement, afin de promouvoir des vins et spiritueux ;

CP1-3. Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre de vins et spiritueux dans le respect de la stratégie de l'entreprise, en prospectant auprès des fournisseurs en vins et spiritueux, et en évaluant les coûts, afin de développer son offre et de satisfaire la clientèle ciblée ;

CP1-4. Commercialiser des vins et spiritueux sur le marché français, en s'appuyant sur les réseaux de grande distribution, les circuits traditionnels et les circuits E-commerce, en présentant son produit, en négociant un prix réaliste, et en présentant son offre en vente en ligne ou directe lors d'événements de proximité, afin de développer ses ventes ;

CP1-5. Commercialiser des vins et spiritueux à l'exportation, en négociant avec des acteurs internationaux, en prenant en compte la réglementation douanière et fiscale applicable, et en identifiant les solutions de transport les plus adaptées afin de développer ses ventes à l'international tout en préservant les vins.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle CP1-1 à CP1-5

RNCP36294BC06 — Concevoir et mettre en œuvre des actions de développement international-Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP2-1. Elaborer une stratégie de développement des activités commerciales à l'international, en identifiant les dynamiques de marchés à l'international, en prenant en compte les modes de diffusion dans ces marchés incluant les ventes en ligne, les freins potentiels et aspects interculturels, en vue d'investir un nouveau marché ;

CP2-2. Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre dans un contexte international, en analysant les avantages et gérant les risques du lancement sur un nouveau marché, et en évaluant les coûts budgétaires, afin de conserver ou de conquérir de nouvelles parts de marché ;

CP2-3 Etablir des contrats commerciaux internationaux, en définissant les obligations et garanties des parties au contrat, en définissant les délais de paiement et modalités de recours, afin d'encadrer le développement international de l'activité commerciale ;

CP2-4 Réalisation des opérations de commercialisation à l'international, en prenant en compte les règles relatives au transport et à la livraison des marchandises, afin de mettre en œuvre les actions commerciales dans le respect des contrats établis.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle CP2-1 à CP2-4

RNCP36294BC07 — Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du Luxe- Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP3-1 Elaborer une stratégie de développement des ventes dans le domaine du Luxe, en définissant la segmentation, le ciblage et le positionnement de l'offre, et en identifiant le mode de distribution adapté et des actions permettant la digitalisation du processus de vente, pour développer ses ventes tout en conservant son image de marque ;

CP3-2 Organiser la distribution et les points de vente dans le cadre de lancement d'un produit ou d'une nouvelle collection, en appliquant les techniques de merchandising, en analysant les ratios et renouvelant régulièrement les implantations en fonction de l'actualité ou des événements à venir, afin d'adapter l'offre à la demande ;

CP3-3. Adapter les pratiques de vente aux besoins des consommateurs, en prenant en compte la digitalisation des pratiques et les profils des consommateurs, afin que les vendeurs adoptent une communication et un comportement adapté ;

CP3-4. Piloter un événement de lancement, en proposant une logistique et une scénographie adaptée à la stratégie de l'entreprise, en planifiant les actions terrain et les actions en ligne (community management, réseaux sociaux, marketing d'influence...) et en budgétisant les événements, afin d'assurer le succès commercial d'un nouveau produit ou d'une nouvelle collection.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle CP3-1 à CP3-4

RNCP36294BC08 — Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du Sport- Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP4-1. Elaborer une stratégie de développement des activités commerciales dans le domaine du sport, en définissant la segmentation et le ciblage du marché et le positionnement de l'offre, en prenant en compte le statut juridique et les enjeux de la structure, pour atteindre de nouveaux consommateurs et assurer le développement des ventes en ligne ;

CP4 -2. Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre, en déterminant les marchés à investir, en concevant des outils de promotion, en identifiant les canaux de distribution adaptés, et en élaborant des supports d'aide à la vente et de fidélisation, pour atteindre de nouveaux consommateurs et assurer le développement des ventes en E-commerce ;

CP4 -3. Développer des partenariats de sponsoring sportif et de mécénat, en déterminant un package de sponsoring et en évaluant son prix de vente, en élaborant et présentant un pitch sponsoring, en négociant et en établissant un contrat de sponsoring, afin de générer des retombées financières et médiatiques ;

CP4-4. Mettre en œuvre des actions commerciales dans le cadre de l'organisation d'événements sportifs, en planifiant les remplissages et en déterminant les tarifs de billetterie, en concevant des actions de communication et d'image de marque et en assurant les relations avec les médias, afin de favoriser le développement des ventes de billets.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle CP4-1 à CP4-4

RNCP36294BC09 — Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales pour le E-commerce & les Start Up- Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP5-1. Contribuer au développement d'une start up dans le e-commerce, en identifiant les outils digitaux adéquats, les fournisseurs pertinents, les développements outils nécessaires, les possibilités de financement, et en entreprenant des communications avec les partenaires potentiels relatifs aux financements et à la recherche des talents afin de pérenniser un projet innovant ;

CP5-2. Elaborer une stratégie de développement des ventes e-commerce, en définissant la segmentation, le ciblage du marché et le positionnement de l'offre, en identifiant les actions digitales nécessaires, en alimentant le business model, pour atteindre de nouveaux consommateurs ;

CP5-3. Identifier les scénarios de l'expérience utilisateur souhaitée selon les supports, en réalisant des tests auprès de la clientèle cible, et en contribuant à la rédaction d'un cahier des charges détaillant les parcours clients et les fonctionnalités à mettre en œuvre afin d'être le plus cohérent avec le positionnement défini et l'expérience utilisateur

souhaitée ;

CP5-4. Générer du trafic afin d'assurer la promotion de ses produits, en publiant des contenus, en assurant la création d'interactions avec les clients et en mettant en place des actions digitales de prospection et de fidélisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle CP5-1 à CP5-4

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le responsable d'activités commerciales exerce ses fonctions dans tout type d'entreprise comprenant une fonction commerciale. Il est apte à s'intégrer à toute taille d'entreprise en répondant aux attentes :

- Des TPE/PME en tant que Responsable d'activités commerciales autonome, en lien direct avec le dirigeant de son organisation
- Des entreprises de taille plus importante en tant que Responsable d'activités commerciales pour une zone géographique déterminée par sa hiérarchie (secteur des ventes) en lien direct avec la direction commerciale de son organisation

Il peut également exercer son activité dans une structure prestataire de services spécialisés dans le développement des activités commerciales.

Enfin, l'accès à nos parcours professionnalisants facilitent l'insertion au sein de toute structure dont l'activité est le commerce de gros, de détails ou la vente en ligne.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Conseiller commercial

Chargé de développement commercial

Chargé de mission international

Business Developer

Consultant en développement commercial

Responsable d'un point de vente

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)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Intégration en première année : être titulaire d'un baccalauréat (toutes sections) ou d'un Diplôme d'Accès aux Études Universitaires (DAEU), reconnu de niveau 4

Intégration en deuxième année : avoir validé 60 ECTS dans un secteur considéré comme identique en termes de compétences à celui de la formation ou avoir validé 120 ECTS dans un environnement de sciences de gestion

Intégration en troisième année : avoir validé un 120 ECTS ou un niveau 5 dans un secteur considéré comme identique en termes de compétences à celui de la formation ou avoir validé 180 ECTS dans un environnement de sciences de gestion

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

- Président du jury (personnalité extérieure, directeur ou chef d'entreprise du secteur)
- Directeur du Titre
- 2 membres intervenant dans le Titre
- 2 professionnels du secteur

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Président du jury
- 2 membres de l'organisme de formation
- 2 professionnels du secteur

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	7 945 €
Selon la branche	6 000 € – 8 796 €
Prise en charge	Branches concernées
7 945 €	Valeur par défaut · 175 branches
8 796 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE autoroutes, CPNE de l'industrie hôtelière, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
7 923 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
8 692 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP de la Restauration rapide
7 604 €	CNPE des sociétés financières, CPNE Banque
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
6 000 €	CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 220 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
8 209 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
8 200 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie

7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 715 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 156 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 100 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
7 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique

Base légale

Date de décision	25/03/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/03/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	362	0	85 %	—
2019	52	1	100 %	93 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26188

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP38604

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36294/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	2 200 €
Coût moyen par dossier	2 200 €
Durée moyenne	1672 h
Période	10/2022
France compétences	100 %

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