

Responsable de développement de clientèle

RNCP36295 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34026, 34056, 34582
Code(s) ROME	D1406, M1704, M1707, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/03/2022
Date d'échéance	25/03/2025

Certificateur(s)

SOCIETE FRANCAISE ETUDE FORMATION · SIRET : 39512947100094

SOCIETE FRANCAISE ETUDE FORMATION · SIRET : 39512947100086

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
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 développement de la clientèle des entreprises de secteurs et tailles diverses repose aujourd'hui sur la capacité des responsables à traiter les informations de différentes provenances (internes, marché, clients) et à intégrer de nouvelles compétences évolutives, numériques et humaines. Ces professionnels doivent être capable de faire augmenter l'activité et les ventes à travers tous les canaux et être en capacité de faire des propositions à leur responsable.

Leurs activités consistent à prendre en compte les décisions stratégiques de l'entreprise et à développer la mise en œuvre opérationnelle du développement de la clientèle et de la relation client (analyse du marché, prospection, négociation, suivi de clientèle et fidélisation) en gérant ces projets de développement.

La certification Responsable de développement de clientèle, vise à apporter une réponse aux entreprises en proposant une dimension gestion de la clientèle forte. Selon les types d'organisation, trois options sont proposées :

- au sein de points de vente ou en agences
- à l'international
- en e-business (acquisition online)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Responsable de Développement de Clientèle:

Analyse et participe à la construction de l'offre commerciale de l'entreprise :

Analyse son environnement et en tire un diagnostic

A partir du diagnostic, détermine l'adaptation de l'offre à la cible.

Collabore aux actions Marketing et commerciales en formulant les recommandations d'actions et en élaborant les documents de communication à diffuser en interne

Met en œuvre des actions de développement de clientèle à partir des objectifs et en évaluer l'efficacité:

Prospecte de nouveaux débouchés commerciaux et développe la clientèle de l'entreprise.

Met en place le suivi des actions de développement de la clientèle en analysant les résultats et la rentabilité de ses actions

Fidélise les clients acquis et gère la relation client:

Met en œuvre la politique de fidélisation des clients

Evalue la satisfaction clientèle et gère le cas échéant les réclamations

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 - Appréhender la stratégie de l'entreprise et participer à l'intelligence du marché en identifiant des opportunités à partir des demandes clients et des données d'études sectorielles en ligne ;

C2 - Analyser l'offre concurrente en termes de produits et tarifs et faire un diagnostic comparatif afin de proposer une redéfinition de l'offre existante en utilisant les sources physiques (salons, points de ventes) et digitales (sites, comparateurs, etc.) ;

C3 - Collaborer à la mise au point et à la mise en place du plan d'actions marketing et commercial à partir des opportunités retenues et du contexte concurrentiel ;

C4 - Elaborer et diffuser des éléments de communication en utilisant des outils numériques, à destination des clients, des équipes et des autres services.

C5 - Concevoir les actions de développement de clientèle en fonction des objectifs commerciaux définis par la direction en intégrant une stratégie multi canal on-line et off-line pour développer le portefeuille client ;

C6 - Elaborer le contenu d'une proposition commerciale en tenant compte du cahier des charges afin de démontrer au client l'adéquation et les avantages de sa proposition/offre de services par rapport à son besoin ;

C7 - Construire l'argumentaire, organiser et maîtriser le processus de négociation et de conclusion d'un contrat de vente en fonction des canaux de prospection physiques ou digitaux ;

C8 - Construire, renseigner et utiliser un système d'indicateurs de suivi et d'évaluation des actions de développement de clientèle en élaborant les tableaux de reporting ;

C9 - Consolider les données et les analyser afin de mettre en avant les principaux indicateurs de performance de l'activité de développement de clientèle ;

C10 – Gérer le compte d'exploitation d'une opération et rendre compte à la direction ;

C11 - A partir des analyses menées, concevoir en collaboration avec la direction les actions complémentaires et/ou correctives du développement commercial, afin d'atteindre les objectifs fixés et déterminer les axes d'amélioration pour y parvenir tout en respectant le cadre budgétaire.

C12 – Concevoir des programmes et des actions de fidélisation pour proposer une offre différenciée et adaptée au profil de la clientèle de l'entreprise, soit par des actions physiques soit en utilisant les outils numériques : e-newsletter, site, application ;

C13 - Définir les modes de communication adaptés à la cible afin de construire et maintenir un lien privilégié avec les clients

- en analysant les taux de rebonds avec le webmaster
- en participant aux campagnes Adwords ainsi qu'à la conception de la Newsletter ou du blog
- en étant actif sur les réseaux (ex :Facebook, Instagram...) ;

C14 - Mettre en place les actions de fidélisation

et utiliser l'outil CRM de l'entreprise permettant d'assurer satisfaction et maintien de la clientèle ainsi que recueillir les feedbacks des clients sur les interfaces numériques ;

C15 - Traiter les réclamations de la clientèle dès leur apparition en apportant une solution pour gérer les conflits ;

C16 - Mesurer la satisfaction client, prendre en compte les réclamations et analyser les retours afin de mettre en place des mesures correctives et enrichir l'expérience client en choisissant le meilleur canal de collecte (QR code, email, SMS).

En lien avec le parcours professionnel choisi, le titulaire optera pour l'une des 3 options ci-après :

- Développer la clientèle en points de vente ou en agences
- Développer la clientèle dans un environnement international
- Développer la clientèle online (spécifiquement e-business)

Blocs de compétences

RNCP36295BC01 — A partir de la stratégie, analyser et participer à la construction de l'offre commerciale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1 - Appréhender la stratégie de l'entreprise et participer à l'intelligence du marché en identifiant des opportunités à partir des demandes clients et des données d'études sectorielles en ligne ;
- C2 - Analyser l'offre concurrente en termes de produits et tarifs et faire un diagnostic comparatif afin de proposer une redéfinition de l'offre existante en utilisant les sources physiques (salons, points de ventes) et digitales (sites, comparateurs, etc.) ;
- C3 - Collaborer à la mise au point et à la mise en place du plan d'actions marketing et commercial à partir des opportunités retenues et du contexte concurrentiel ;
- C4 - Elaborer et diffuser des éléments de communication en utilisant des outils numériques, à destination des clients, des équipes et des autres services.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Etude de cas collective sous forme de séminaire (C1 à C4)
- Dossier écrit individuel + Business modèle et soutenance orale (C1 à C4)

RNCP36295BC02 — Mettre en œuvre des actions de développement de clientèle à partir des objectifs et en évaluer l'efficacité

LISTE DE COMPÉTENCES

- C5 - Concevoir les actions de développement de clientèle en fonction des objectifs commerciaux définis par la direction en intégrant une stratégie multi canal on-line et off-line pour développer le portefeuille client ;
- C6 - Elaborer le contenu d'une proposition commerciale en tenant compte du cahier des charges afin de démontrer au client l'adéquation et les avantages de sa proposition/offre de services par rapport à son besoin ;
- C7 - Construire l'argumentaire, organiser et maîtriser le processus de négociation et de conclusion d'un contrat de vente en fonction des canaux de prospection physiques ou digitaux ;
- C8 - Construire, renseigner et utiliser un système d'indicateurs de suivi et d'évaluation des actions de développement de clientèle en élaborant les tableaux de reporting ;
- C9 - Consolider les données et les analyser afin de mettre en avant les principaux indicateurs de performance de l'activité de développement de clientèle ;
- C10 – Gérer le compte d'exploitation d'une opération et rendre compte à la direction ;
- C11 - A partir des analyses menées, concevoir en collaboration avec la direction les actions complémentaires et/ou correctives du développement commercial, afin d'atteindre les objectifs fixés et déterminer les axes d'amélioration pour y parvenir tout en respectant le cadre budgétaire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mise en situation professionnelle (C5 à C7)
- Jeu d'entreprise (C8 à C11)

RNCP36295BC03 — Fidéliser les clients acquis et gérer la relation client

LISTE DE COMPÉTENCES

- C12 – Concevoir des programmes et des actions de fidélisation pour proposer une offre différenciée et adaptée au profil de la clientèle de l'entreprise, soit par des actions physiques soit en utilisant les outils numériques : e-newsletter, site, application ;
- C13 - Définir les modes de communication adaptés à la cible afin de construire et maintenir un lien privilégié avec les clients
- en analysant les taux de rebonds avec le webmaster
 - en participant aux campagnes Adwords ainsi qu'à la conception de la Newsletter ou du blog
 - en étant actif sur les réseaux (ex :Facebook, Instagram...) ;
- C14 - Mettre en place les actions de fidélisation
- et utiliser l'outil CRM de l'entreprise permettant d'assurer satisfaction et maintien de la clientèle ainsi que recueillir les feedbacks des clients sur les interfaces numériques ;
- C15 - Traiter les réclamations de la clientèle dès leur apparition en apportant une solution pour gérer les conflits ;
- C16 - Mesurer la satisfaction client, prendre en compte les réclamations et analyser les retours afin de mettre en place des mesures correctives et enrichir l'expérience client en choisissant le meilleur canal de collecte (QR code,

email, SMS).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle, (C12 à C14)

Etude de cas collective (C15 et C16)

RNCP36295BC04 — Développer la clientèle en points de vente ou en agences -Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP1 - Fédérer et motiver l'équipe de vente ou l'équipe projet et animer des réunions d'équipe en mobilisant son aisance relationnelle, son sens du collaboratif, sa capacité à écouter et à convaincre ;

CP2 – Fixer les objectifs et coordonner l'équipe en définissant le périmètre d'action de chaque acteur (en prenant en compte le cas échéant les situations de handicap dans l'équipe), la priorisation des tâches afin de s'assurer de la gestion des éventuels dysfonctionnements et de mener à bien le projet ;

CP3 - Gérer son environnement budgétaire en lien avec les services impliqués dans le travail sur le parcours client, en respectant la faisabilité technique et financière ;

CP4 - Afin de travailler efficacement dans un environnement multiculturel, maîtriser et mettre en œuvre des compétences dites douces « soft skills » (en s'exprimant le cas échéant en anglais) ;

CP5 - Définir l'assortiment de produits et de services adapté localement aux différents besoins selon les canaux de distribution et selon la stratégie de la Direction commerciale Siège ;

CP6 - Analyser et restituer à l'équipe les informations descendantes et les objectifs émanant du siège afin de mettre en place les opérations commerciales puis restituer l'information et les performances commerciales au siège via les outils du réseau ;

CP7 –Travailler en collaboration avec le réseau et les autres agences pour partager et enrichir les bonnes pratiques lors de séminaires, webinaires, brain storming ou réunions commerciales ;

CP8 – Piloter l'activité de l'équipe commerciale en unité en organisant la force de vente et en contrôlant les principaux indicateurs de performance définis et attendus ;

CP9 – Créer ou adapter un parcours client permettant d'atteindre les objectifs de vente en fonction :

- du profil client et en prenant en compte le cas des clients en situation de handicap
- du secteur d'activité ;

CP10 - Définir les indicateurs de performance et mesurer la performance du parcours client défini afin d'apporter des correctifs si nécessaire et de l'optimiser.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation en mode projet (CP1 à CP4)

Etude de cas individuelle

(CP5 et CP6)

Projet d'ouverture d'une Business Unit : (magasin / agence) (CP7 à CP10 + CP3)

RNCP36295BC05 — Développer la clientèle dans un environnement international -Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP1 - Fédérer et motiver l'équipe de vente ou l'équipe projet et animer des réunions d'équipe en mobilisant son aisance relationnelle, son sens du collaboratif, sa capacité à écouter et à convaincre ;

CP2 – Fixer les objectifs et coordonner l'équipe en définissant le périmètre d'action de chaque acteur (en prenant en compte le cas échéant les situations de handicap dans l'équipe), la priorisation des tâches afin de s'assurer de la gestion des éventuels dysfonctionnements et de mener à bien le projet ;

CP3 - Gérer son environnement budgétaire en lien avec les services impliqués dans le travail sur le parcours client, en respectant la faisabilité technique et financière ;

CP4 - Afin de travailler efficacement dans un environnement multiculturel, maîtriser et mettre en œuvre des compétences dites douces « soft skills » (en s'exprimant le cas échéant en anglais) ;

CP5 – Effectuer une veille de marché sur une zone régionale/mondiale en utilisant les études de marchés et les chiffres des distributeurs afin de déceler les opportunités ou les marchés internationaux en recul,

Notamment :

- Pays à cibler et objectifs envisageables
- Risques et opportunités propres à chaque pays
- Enjeux commerciaux
- Spécificités culturelles, réglementaires et fiscales ;

CP6 - Sélectionner le mode de présence à l'étranger, en comparant les différents intermédiaires et circuits sur des critères établis en prenant en compte les contraintes logistiques et douanières ainsi que les risques liés aux activités internationales afin de sécuriser les exportations et leur paiement ;

CP7 - En cohérence avec le mode de présence choisi, organiser et piloter des actions commerciales, notamment online, afin d'augmenter la présence et la visibilité de l'offre de l'entreprise sur les marchés ;

CP8 – Analyser l'écoulement des produits dans les circuits de distribution internationaux afin d'éviter les ruptures ou les réapprovisionnements complémentaires (générateurs de coût) et vérifier que les objectifs de ventes et de marges soient atteints en définissant les actions correctives à mettre en place.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation en mode projet (CP1 à CP4)

Mise en situation professionnelle (CP5 à CP7)

Atelier (CP8)

RNCP36295BC06 — Développer la clientèle online (spécifiquement e-business) -Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

CP1 - Fédérer et motiver l'équipe de vente ou l'équipe projet et animer des réunions d'équipe en mobilisant son aisance relationnelle, son sens du collaboratif, sa capacité à écouter et à convaincre ;

CP2 – Fixer les objectifs et coordonner l'équipe en définissant le périmètre d'action de chaque acteur (en prenant en compte le cas échéant les situations de handicap dans l'équipe), la priorisation des tâches afin de s'assurer de la gestion des éventuels dysfonctionnements et de mener à bien le projet ;

CP3 - Gérer son environnement budgétaire en lien avec les services impliqués dans le travail sur le parcours client, en respectant la faisabilité technique et financière ;

CP4 - Afin de travailler efficacement dans un environnement multiculturel, maîtriser et mettre en œuvre des compétences dites douces « soft skills » (en s'exprimant le cas échéant en anglais

CP5 – Analyser sa cible (persona) et bâtir les scénarii des parcours clients dès l'élaboration du site ;

CP6 - Participer à la mise en place des tags, mots clés, balises qui devront être utilisés sur un site (ou une page) pour optimiser son positionnement sur les moteurs de recherche ;

CP7- Intégrer la charte graphique définie dans le cadre de la communication commerciale par le siège ;

CP8 – Analyser le parcours client sur le site internet ou l'App et émettre des propositions d'évolution en collaboration avec l'équipe technique ;

CP9 - Assurer et développer la présence de l'entreprise sur les médias sociaux dans l'objectif de travailler la notoriété de l'entreprise, de développer les ventes ou d'assurer la relation client en utilisant les technologies adaptées (podcasts, webinaires, web séries...) ;

CP10 – Développer des actions digitales visant à créer une relation d'« addiction » pour générer du trafic, augmenter les ventes et avoir des clients actifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation en mode projet (CP1 à CP4)

Etude de cas (CP5)

Cas d'entreprise avec restitution orale et écrit individuel (CP6 à CP10)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les besoins en Responsable de Développement de Clientèle concernent tous les secteurs d'activités. Les titulaires de la certification exercent leur métier aussi bien dans le secteur privé que dans le secteur public, quels que soient le statut et la taille de la structure (de la PME à la très grande entreprise).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Dans les petites entreprises :

- Responsable commercial et développement
- Responsable Relation Client et Fidélisation
- Responsable d'agence commerciale
- Responsable de zone commerciale
- Responsable de Magasin

Dans les grandes entreprises

- Responsable Commercial
- Responsable d'unité commerciale
- Responsable Relation Client
- Responsable Fidélisation
- Responsable e-commerce
- Responsable de zone Export
- Responsable de zone dans la grande distribution
- Responsable gestion de clientèle - C.R.M.

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 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · 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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir validé 120 ECTS, Niveau 5 ou équivalent dans le domaine des sciences de gestion

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

- Président du jury (personnalité extérieur, directeur ou chef d'entreprise du secteur de la communication)
- 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	7 580 €
Selon la branche	6 000 € – 7 817 €
Prise en charge	Branches concernées
7 580 €	Valeur par défaut · 182 branches
7 817 €	CPNE chimie, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEFP Mutualité, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la branche des distributeurs conseils hors domicile
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 500 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé
7 490 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
7 734 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 715 €	CPNEFP Import-Export
7 700 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
7 507 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
7 480 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 390 €	CPNEF de la Publicité
7 210 €	CPNEFP Commerce à distance
7 122 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 023 €	CPNE des Vins et Spiritueux
6 756 €	CPNE Travail Temporaire
6 545 €	CPNEF de l'audiovisuel
6 300 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	25/03/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/03/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	431	0	86 %	—
2019	35	0	100 %	73 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP25481

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP41717

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36295/>