

Manager du développement d'affaires à l'international

RNCP36368 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	32005, 34285, 34271
Code(s) ROME	M1102, D1406, M1301, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/04/2022
Date d'échéance	25/04/2027

Certificateur(s)

CCI FRANCE · SIRET : 18750002000073

Partenaires habilités

18 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 17 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100024	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100032	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS DU LAC	41058110200010	Former et organiser l'évaluation
CCI FORMATION SAINT-ETIENNE	13002170200084	Former et organiser l'évaluation
CCIT OUEST NORMANDIE	13002172800014	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE COMMERCE INDUSTRIE DE L'YONNE	18890911300121	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA CORREZE - INISUP	13000770100043	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE REGION HAUTS-DE-FRANCE	13002271800196	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU TARN (CCI)	13001278400018	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE LYON METROPOLE-SAINT-ETIENNE ROANNE	13002170200043	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 18 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36368-manager-du-developpement-d-affaires-a-l-international/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'internationalisation des économies constitue l'une des grandes évolutions du 20ème siècle. Les entreprises de l'import-export sont largement intervenues dans le développement des échanges internationaux et représentent aujourd'hui un secteur dynamique et très diversifié.

Pour développer leurs projets de croissance tant au niveau de l'exportation que de l'importation, les entreprises doivent prendre en compte, au-delà des enjeux commerciaux et marketing, les dimensions financières et juridiques propres à chaque pays. Leurs capacités de succès dépendent aussi de leur connaissance des marchés cibles, de la performance de leurs produits, et de la fiabilité de leurs réseaux, notamment au niveau de leurs fournisseurs et distributeurs.

Elles doivent également développer une culture internationale, en misant sur une bonne connaissance des dimensions interculturelles et des codes propres à chaque pays, tout en maîtrisant plusieurs langues étrangères afin de pouvoir échanger avec leurs clients, leurs partenaires et leurs prestataires.

C'est dans cette optique que les entreprises confient à un Manager du développement d'affaires à l'international la réussite de leur développement avec l'étranger.

ACTIVITÉS VISÉES

Selon la taille de l'entreprise (grand groupe, PME-PMI), le secteur d'activités et le positionnement, la fonction exercée et les missions du manager du développement d'affaires à l'international peuvent couvrir tout ou partie des domaines d'activités suivants :

- 1/Elaboration de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise
- 2/Pilotage de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise
- 3/Evaluation et ajustement de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise
- 4/Management du service/département international de l'entreprise

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1/Elaboration de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise

- Contribuer à l'élaboration de la politique de développement de l'entreprise.
 - Analyser les évolutions des marchés au niveau mondial.
 - Analyser les caractéristiques des zones géographiques à l'international et leur potentialité de développement.
 - Définir les marchés et zones géographiques sur lesquels s'implanter et ceux à consolider.
 - Déterminer les conditions d'implantation ou de maintien de son entreprise sur les marchés sélectionnés et les circuits de commercialisation physiques et numériques associés.
 - Qualifier les perspectives de développement sur les marchés internationaux sélectionnés.
 - Présenter les axes de la stratégie de développement à l'international élaborée aux décideurs de l'entreprise.
 - Formaliser la stratégie de développement de l'entreprise à l'international.
 - Organiser la collecte et le traitement d'informations macro et micro-environnementales par les canaux et outils numériques concernant des marchés internationaux ciblés.
 - Analyser les données recueillies sur les différents marchés internationaux ciblés.
 - Qualifier le potentiel de développement des marchés internationaux ciblés à court et moyen termes.
 - Définir une stratégie de marketing digital adaptée aux axes de développement de l'entreprise à l'international identifiés.
 - Sélectionner les actions nécessaires à la pénétration et au maintien de l'entreprise sur les marchés internationaux ciblés.
 - Etablir le plan de développement de l'entreprise à l'international.
 - Développer un argumentaire justifiant le plan de développement de l'entreprise à l'international sur les marchés ciblés.
 - Formaliser le plan de développement à l'international.
- 2/Pilotage de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise
- Elaborer la politique de sourcing des partenaires internationaux de l'entreprise.
 - Définir les modalités de recherche de partenaires internationaux.
 - Réaliser l'audit de partenaires potentiels.
 - Négocier les conditions d'engagement avec un nouveau partenaire.
 - Elaborer le business plan des nouvelles affaires à réaliser.
 - Vérifier le cadre légal des nouvelles affaires à réaliser à l'international.

- Participer au processus de négociation de nouvelles affaires menées dans un contexte international.
- Définir les projets commerciaux et marketing physiques et digitaux.
- Evaluer les moyens à allouer aux différents projets à conduire sur les canaux physiques et digitaux.
- Analyser la complémentarité des projets commerciaux et marketing définis.
- Structurer les stratégies opérationnelles commerciales et marketing à conduire sur les canaux physiques et digitaux.
- Vérifier la conformité des business plan des projets.
- Superviser l'élaboration par les responsables de zones du plan annuel des actions à conduire.

3/Evaluation et ajustement de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise

- Déterminer les modalités et outils de suivi et d'évaluation des opérations internationales dans un contexte de dématérialisation et de distance géographique.
- Organiser les modalités de suivi et d'évaluation des actions mises en œuvre à l'international
- Vérifier la pertinence de l'approche stratégique développée au sein de chaque région.
- Evaluer les résultats commerciaux de l'entreprise sur chaque zone géographique.
- Analyser les évolutions des marchés sur lesquels est positionnée l'entreprise
- Déterminer les ajustements à apporter au plan de développement à l'international.
- Effectuer un rapport de synthèse sur l'ensemble des actions de développement menées à l'international et les résultats atteints.
- Proposer des ajustements à apporter aux stratégies de développement international.

4/

Management du service/département international de l'entreprise

- Organiser l'activité générale du département international de son entreprise.
- Définir les missions et l'affectation des responsables sur chaque zone géographique.
- Etablir l'organisation des conditions de travail de ses collaborateurs.
- Gérer le budget du département international de l'entreprise.
- Développer un mode de management de proximité dans un contexte multiculturel et distanciel.
- Coordonner l'activité de ses collaborateurs.
- Contribuer au recrutement, à la professionnalisation et à la mobilité de ses collaborateurs.
- Conduire les entretiens annuels d'évaluation et professionnels de ses collaborateurs.

Blocs de compétences

RNCP36368BC01 — Elaboration de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

En fonction de la politique et du positionnement de l'entreprise et en s'appuyant sur l'analyse de l'évolution des marchés au niveau mondial, définir les axes de développement à l'international de l'entreprise, en produisant des recommandations stratégiques argumentées, en vue de leur validation par sa direction générale.

C.1 Contribuer à l'élaboration de la politique de développement de l'entreprise, en s'appuyant sur l'analyse des résultats des exercices précédents et de l'évolution de sa position sur les marchés et en identifiant les valeurs et caractères distinctifs fondant sa singularité (notamment en matière de RSE), afin de fixer le cadre conditionnant l'élaboration d'une stratégie durable de croissance à l'international.

C.2.1 Analyser les évolutions des marchés au niveau mondial, en mobilisant les méthodes et approches stratégiques et les ressources numériques associées permettant d'apprécier leur structuration et la situation de la concurrence, afin d'identifier des sources potentielles de développement et de repérer les contraintes et difficultés possibles au regard de la situation économique, géopolitique et réglementaire.

C.2.2 Analyser les caractéristiques des zones géographiques à l'international et leur potentialité de développement, en s'appuyant sur des outils numériques performants et permettant la qualification des tendances, audiences et gisements de croissance concernant l'offre produits/services de son entreprise, afin d'identifier et d'évaluer les opportunités et risques propres à chacune au regard de leur situation économique, géopolitique et réglementaire.

C.3.1 Définir les marchés et zones géographiques sur lesquels s'implanter et ceux à consolider, en s'assurant de l'adéquation de l'offre produits/services à commercialiser avec leurs caractéristiques et en vérifiant la suffisance des capacités financières, logistiques et de production de son entreprise en collaboration avec les directions de ses différents départements, afin de cadrer le plan de développement de l'entreprise à l'international.

C.3.2 Déterminer les conditions d'implantation ou de maintien de son entreprise sur les marchés sélectionnés et les

circuits de commercialisation physiques et numériques associés, en identifiant les évolutions et adaptations souhaitables ou nécessaires de son offre produits/services et en choisissant les canaux de distribution physiques et numériques à privilégier, afin d'optimiser les chances de succès de la stratégie de développement.

C.3.3 Qualifier les perspectives de développement sur les marchés internationaux sélectionnés, en choisissant et appliquant des méthodes d'évaluation multicritère et en mesurant les avantages/inconvénients et opportunités/risques de chacun, afin de justifier et d'argumenter ses recommandations stratégiques à l'appui d'indicateurs fiables et objectifs.

C.4.1 Présenter les axes de la stratégie de développement à l'international élaborée aux décideurs de l'entreprise, en développant un argumentaire structuré des choix posés et démontrant leur bienfondé aux niveaux économique, sociétal et environnemental, afin d'obtenir la validation du comité de direction de l'entreprise.

C.4.2 Formaliser la stratégie de développement de l'entreprise à l'international, en intégrant les remarques effectuées par le comité de direction et en appliquant les standards relatifs à ce type de documentation professionnelle, afin de mettre à disposition en interne un outil de référence clarifiant et synthétisant les zones à prospecter, développer, maintenir ou abandonner.

En s'appuyant sur l'analyse de données environnementales sur des marchés existants et à conquérir et en évaluant leurs potentialités, contraintes et risques respectifs, concevoir le plan de développement à l'international de l'entreprise, en déterminant les conditions à réunir pour la croissance ou la conquête de segments de marché et en évaluant les moyens de financement à mobiliser au regard des projets à conduire.

C.5.1 Organiser la collecte et le traitement d'informations macro et micro-environnementales par les canaux et outils numériques concernant des marchés internationaux ciblés en fonction de la stratégie de développement de son entreprise, en déterminant le type et la nature des données à exploiter et en identifiant les outils et ressources à exploiter, afin de disposer de données fiables et suffisantes pour évaluer leurs potentialités.

C.5.2 Analyser les données recueillies sur les différents marchés internationaux ciblés, en identifiant les spécificités économiques, juridiques, politiques et socio-culturelles propres à chaque zone géographique, afin de définir les conditions à réunir pour y commercialiser les produits/services de son entreprise compte tenu de leur degré d'ouverture et de leur maturité.

C.5.3 Qualifier le potentiel de développement des marchés internationaux ciblés à court et moyen termes, en mobilisant une matrice d'analyse appropriée et en définissant les critères permettant de mesurer les contraintes, risques et opportunités qu'ils présentent, afin d'identifier les plus porteurs pour son entreprise et de sélectionner les meilleurs couples produit/marché.

C.6.1 Définir une stratégie de marketing digital adaptée aux axes de développement de l'entreprise à l'international identifiés, en déterminant les outils numériques à mettre en place et leurs modalités d'exploitation (analyse des tendances, analyse sémantique, référencement naturel...), afin de préciser le profil, les attentes et motivations des clients cibles sur chaque marché visé et de produire ou d'adapter les outils de communication numérique de l'entreprise en conséquence.

C.6.2 Sélectionner les actions nécessaires à la pénétration et au maintien de l'entreprise sur les marchés internationaux ciblés, en évaluant leur degré de priorité compte tenu de leur nécessité, de leurs coûts et des bénéfices attendus (ROI), afin de réunir les conditions optimales pour favoriser le développement de l'entreprise dans une perspective durable et responsable.

C.6.3 Etablir le plan de développement de l'entreprise à l'international, en hiérarchisant et en priorisant les marchés ciblés et en évaluant le coût des financements à mobiliser selon les solutions offertes, afin d'ordonnancer les actions à conduire et de rationaliser leur pilotage.

C.7.1 Développer un argumentaire justifiant le plan de développement de l'entreprise à l'international sur les marchés ciblés, en quantifiant et en qualifiant les bénéfices et risques que revêtent les actions envisagées pour son entreprise, afin de le présenter à sa direction générale pour validation.

C.7.2 Formaliser le plan de développement à l'international, en spécifiant dans le respect des standards professionnels les projets et actions à conduire pour chacun des pays et marchés visés, ainsi que leur calendrier de réalisation, afin de mettre à la disposition des acteurs internes un document de référence cadrant la démarche à conduire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/Un rapport d'orientation stratégique pour le développement d'une entreprise à l'international, constitué de :

- l'analyse des évolutions des marchés au niveau mondial,
- le choix des axes de développement à l'international,
- la formulation des recommandations stratégiques et leur argumentation.

Le rapport d'orientation est formalisé sur un support physique et présenté et argumenté à l'oral en anglais.

Etude de cas d'entreprise

Travail collectif

Production écrite et orale

2/Un plan de développement d'affaires à l'international, constitué de :

- l'analyse de données macro et micro-économiques sur des marchés ciblés,
- la stratégie de marketing digital de l'entreprise sur les marchés ciblés,
- le choix des actions à mettre en œuvre,
- l'évaluation des risques et des moyens financiers à mobiliser.

Le plan de développement est formalisé sur un support physique et présenté et argumenté à l'oral.

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite et orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc .

RNCP36368BC02 — Pilotage de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

En établissant les conditions et critères de choix de nouveaux partenaires conformément à ses impératifs économiques et à la politique RSE de l'entreprise, élaborer le business plan des nouvelles affaires à négocier, en gérant les relations partenariales à chacune des étapes à conduire.

C.8.1 Elaborer la politique de sourcing des partenaires internationaux de l'entreprise, en définissant les conditions et les critères d'éligibilité des différents prestataires, fournisseurs ou distributeurs à mobiliser dans le respect de la politique RSE de l'entreprise, afin de constituer un réseau de partenaires fiables et socialement et éthiquement responsables au sein de chacune des zones.

C.8.2 Définir les modalités de recherche de partenaires internationaux (prestataires, fournisseurs ou distributeurs), en sélectionnant les voies les plus pertinentes et les plus adaptées à chacune des zones géographiques concernées, des secteurs d'activités et des habitudes propres à chaque région, afin d'assurer l'entretien, l'enrichissement et l'optimisation de son portefeuille de partenaires.

C.9.1 Réaliser l'audit de partenaires potentiels, en évaluant leur viabilité et leur fiabilité, notamment au niveau de leurs chiffre d'affaires et capacités de paiement, et en vérifiant qu'ils apportent des garanties de satisfaction de critères sociaux et environnementaux, afin de sélectionner ceux répondant favorablement à ses exigences économiques, éthiques et environnementales.

C.9.2 Négocier les conditions d'engagement avec un nouveau partenaire, en veillant au respect des réglementations en vigueur selon les zones concernées et en prenant en compte ses codes culturels, afin de contractualiser et de sécuriser un engagement réciproque dans des conditions avantageuses pour son entreprise.

C.10 Elaborer le business plan des nouvelles affaires à réaliser en concertation avec le service financier de son entreprise, en établissant le budget des investissements et en déterminant les garanties financières à prendre, afin de permettre à sa direction d'en apprécier la faisabilité.

C.11.1 Vérifier le cadre légal des nouvelles affaires à réaliser à l'international, en identifiant les réglementations, assurances et certifications propres aux zones géographiques concernées en collaboration avec le service juridique de son entreprise, et en déterminant les adaptations à apporter aux produits/matières, afin d'éviter tout risque de non conformité.

C.11.2 Participer au processus de négociation de nouvelles affaires menées dans un contexte international en collaboration avec les responsables de zones concernés, en élaborant la stratégie à mettre en œuvre au regard du diagnostic de la situation et des forces en présence et en prenant en considération les spécificités culturelles de ses interlocuteurs, afin de parvenir à un accord profitable pour son entreprise.

En déclinant la stratégie opérationnelle commerciale et marketing élaborée en collaboration avec la direction marketing, piloter la mise en œuvre des actions de développement commercial et marketing au sein des différentes zones, en veillant à l'équilibre et à la cohérence de l'ensemble.

C.12 Définir les projets commerciaux et marketing physiques et digitaux (communication digitale, e-commerce, présence sur les salons professionnels, publicité, actions promotionnelles...), en déclinant avec les responsables de zone concernés le plan de développement à l'international, afin d'optimiser la commercialisation des produits/services de l'entreprise sur les différents marchés ciblés.

C.13 Evaluer les moyens à allouer aux différents projets à conduire sur les canaux physiques et digitaux, en appréciant les enjeux stratégiques de chaque projet et en tenant compte du budget global à disposition et des objectifs à atteindre, afin d'assurer une répartition équilibrée et suffisante des ressources.

C.14.1 Analyser la complémentarité des projets commerciaux et marketing définis, en s'assurant de leur cohérence dans une logique omnicanal et globale et en vérifiant la justesse des moyens alloués au regard de leur importance stratégique, afin de hiérarchiser leur priorité et de planifier leur mise en œuvre.

C.14.2 Structurer les stratégies opérationnelles commerciales et marketing à conduire sur les canaux physiques et digitaux, en tenant compte des caractéristiques propres à chaque zone géographique et marché concerné et en s'appuyant sur les propositions formulées par les responsables de zone.

C.15.1 Vérifier la conformité des business plan des projets élaborés par les responsables de zone et leur conformité aux réglementations en vigueur dans les pays concernés, en collaboration avec les services juridiques et financiers de l'entreprise.

C.15.2 Superviser l'élaboration par les responsables de zones du plan annuel des actions à conduire, en respectant le cadre fixé par la direction et en veillant à l'équilibre de l'ensemble et à son inscription dans le budget global.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/La sélection des partenaires dans le cadre du développement d'affaires à l'international

Etudes de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

2/Le business plan d'une nouvelle affaire à l'international

Etudes de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

3/La préparation et la réalisation d'une négociation en anglais

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

4/Un dossier sur le déploiement de la stratégie de développement de l'entreprise à l'international, constitué de :

- la définition des projets de développement sur les canaux physiques et digitaux,
- le plan marketing opérationnel (global et par zone avec budgets prévisionnels).

Etude de cas d'entreprise

Travail collectif

Production écrite

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36368BC03 — Evaluation et ajustement de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

En analysant les données reportées par les responsables commerciaux, évaluer les évolutions des marchés et la pertinence des stratégies mises en œuvre au regard des résultats atteints, afin de décider des ajustements nécessaires à apporter au plan de développement, en fonction de chacune des zones concernées.

C.16 Déterminer les modalités et outils de suivi et d'évaluation des opérations internationales dans un contexte de dématérialisation et de distance géographique, en identifiant les critères et indicateurs de mesure adéquats, afin de permettre le contrôle de la performance des actions mises en œuvre.

C.17.1 Organiser les modalités de suivi et d'évaluation des actions mises en œuvre à l'international, en déterminant les informations à traiter, la fréquence et les outils du reporting à effectuer par les responsables de zone, afin de garantir la remontée d'informations justes et suffisantes dans un contexte de dématérialisation et de distance géographique.

C.17.2 Vérifier la pertinence de l'approche stratégique développée au sein de chaque région, en supervisant la mise en œuvre des actions opérationnelles et en consultant les outils de suivi d'activité, afin d'ajuster les actions au regard de leur déroulement.

C.17.3 Evaluer les résultats commerciaux de l'entreprise sur chaque zone géographique, en analysant les données dématérialisées rendant compte de l'activité (reporting de ses collaborateurs, SI de l'entreprise) et en tenant compte

des objectifs initialement fixés et des investissements financiers consentis, afin de s'assurer de leur adéquation au regard du prévisionnel d'activité et de résultat.

C.17.4 Analyser les évolutions des marchés sur lesquels est positionnée l'entreprise, en utilisant les données reportées par les responsables de zone, afin de repérer et d'évaluer la progression des secteurs et les évolutions des ventes et achats pour chaque pays.

C.18 Déterminer les ajustements à apporter au plan de développement à l'international, en tenant compte du positionnement de la concurrence et des analyses effectuées, afin de contribuer au développement des projets et à maintenir l'équilibre de l'ensemble au regard des objectifs globaux à atteindre.

C.19.1 Effectuer un rapport de synthèse sur l'ensemble des actions de développement menées à l'international et les résultats atteints, dans le cadre de sa participation à la réflexion stratégique, afin d'éclairer les décisions à prendre par la direction.

C.19.2 Proposer des ajustements à apporter aux stratégies de développement international mises en œuvre en concertation avec la direction, au regard des ressources, opportunités ou menaces pouvant survenir, afin d'optimiser le développement international de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/L'élaboration d'une stratégie de réajustement d'un plan de développement à l'appui de l'analyse des résultats et des évolutions d'un marché

Etude de cas d'entreprise et mise en situation reconstituée

Travail individuel

Production écrite et orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

RNCP36368BC04 — Management du service/département international de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

En organisant son fonctionnement et en assurant l'encadrement des responsables de zone dans un contexte multiculturel, manager le service international de son entreprise, en gérant son budget général et en coordonnant l'activité de ses collaborateurs.

C.20.1 Organiser l'activité générale du département international de son entreprise, en définissant les missions à conduire compte tenu des orientations de l'entreprise et de ses projets de développement, afin d'en optimiser le fonctionnement.

C.20.2 Définir les missions et l'affectation des responsables sur chaque zone géographique au regard des missions et projets à conduire, en leur assignant les objectifs à atteindre et en fixant les modalités de reporting permettant d'en assurer le suivi.

C.20.3 Etablir l'organisation des conditions de travail de ses collaborateurs, en déterminant les mesures permettant l'inclusion et l'autonomie des salariés en situation de handicap et en définissant des règles et modalités de travail respectueuses de l'environnement, afin de favoriser le bien-être des membres de son département et d'appliquer le volet social de la politique RSE de l'entreprise.

C.21 Gérer le budget du département international de l'entreprise, en suivant les engagements réalisés et en vérifiant leur conformité au regard du prévisionnel et en décidant des mesures correctives à apporter en fonction des écarts identifiés et des aléas et problèmes survenus, afin d'assurer la maîtrise des dépenses.

C.22.1 Développer un mode de management de proximité dans un contexte multiculturel et distanciel, en veillant au respect du niveau de responsabilité et d'autonomie de ses collaborateurs, et en s'adaptant à leurs spécificités culturelles, afin de contribuer au maintien d'un sentiment d'appartenance à l'entreprise et de favoriser leur motivation et leur implication.

C.22.2 Coordonner l'activité de ses collaborateurs, en vérifiant la conformité de leurs actions et l'atteinte de leurs objectifs, et en les accompagnant dans la gestion d'affaires délicates et la résolution de situations problématiques, afin de s'assurer de la performance sur leur périmètre.

C.23.1 Contribuer au recrutement, à la professionnalisation et à la mobilité de ses collaborateurs, en collaboration avec le service RH et en respectant la législation du pays en vigueur, en déterminant les compétences à mobiliser au regard des missions à conduire, afin de disposer des ressources suffisantes qualitativement et quantitativement pour assurer le fonctionnement de son département.

C.23.2 Conduire les entretiens annuels d'évaluation et professionnels de ses collaborateurs, en analysant avec eux leurs résultats et souhaits d'évolution, afin de déterminer les actions à mettre en œuvre pour accompagner leur

progression et de décider les modalités de gratification à leur accorder en cas d'atteinte des objectifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/L'organisation du service international d'une entreprise

Etude de cas d'entreprise

Travail individuel

Production écrite

2/Les modalités de management d'une équipe multiculturelle et la réalisation d'entretiens professionnels en anglais

Mise en situation professionnelle reconstituée

Travail individuel

Production orale

Pour les primo-apprenants : s'ajoute une évaluation professionnelle

Pour les salariés : possibilité de réaliser un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée, en lieu et place des évaluations de bloc

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le secteur industriel, avec 35% d'insertion professionnelle, est le premier employeur des certifiés, ces états de placement sont représentatifs d'une industrie française très compétitive sur les marchés internationaux. Vient ensuite le secteur du commerce avec une moyenne de 25%, cela s'explique principalement par le développement d'une activité commerciale via les sites internet marchands.

Les autres secteurs sont plus dispersés : agroalimentaire, informatique, service aux entreprises...

On constate que la moitié des certifiés est en emploi dans des entreprises de taille supérieure à 100 salariés (répartie à parts égales entre les entreprises de « 100 à 249 salariés » et celles « supérieures à 250 salariés »), cela s'explique par le fait que ces entreprises ont des structures de développement à l'international pouvant accueillir les certifiés avec le niveau de salaire correspondant aux missions.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur international import/export – Directeur de zone – Directeur export – Chef de zone export – Responsable zone export - Directeur France – Directeur division internationale – Directeur international – Directeur de projet à l'international - Directeur des achats – Ingénieur commercial export – Directeur marketing – Directeur de filiale – Dirigeant d'entreprise -

Il faut compter au moins 3 années d'expérience avant d'accéder à des postes de direction.

Au démarrage, les certifiés occupent des fonctions dont les appellations peuvent présenter une grande diversité selon les entreprises dans lesquelles ils exercent, en fonction de leur taille, leur zone d'implantation, leur secteur d'activités.

En début de carrière, les postes occupés sont : Chargé d'affaires export, Chargé d'affaires Import, Responsable zone Export, Négociateur en commerce international, Responsable commercial, Chef de produit, Acheteur international, Responsable de produit.

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 099 €

Familles professionnelles (FAP)	R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) 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)	9 723
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X90 — Cadres dirigeants des grandes entreprises de plus de 50 salariés R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats 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

? Titulaire d'un niveau 6 validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

Ou

? Titulaire d'un niveau 5 validé et 2 années d'expérience professionnelle en lien avec l'international et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

Ou

? Justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans le commerce à l'international et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

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

- 1 Président (personnalité qualifiée du monde économique)
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné

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	6 582 €
Selon la branche	6 085 € – 6 998 €
Prise en charge	Branches concernées
6 582 €	Valeur par défaut · 193 branches
6 508 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Mareyage-salaison, CPNEFP commerces quincaillerie, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
6 998 €	CPNE chimie, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP des commerces de gros
6 669 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
6 474 €	CPNEF de la Publicité, CPNEFP de la métallurgie

6 930 €	CPNEF de l'audiovisuel
6 511 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 283 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 279 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 085 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	25/04/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/04/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	78	0	75 %	—
2019	73	0	80 %	62 %
2018	40	0	81 %	74 %
2017	20	0	80 %	60 %
2016	7	0	100 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26901

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP26901

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.negoventis.cci.fr/web/negoventis/manager-du-developpement-d-affaires-a-l-international>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36368/>

Où se former

Formations référencées	2
Organismes	2
Régions couvertes	2
Prix indicatif	7 313 € – 14 200 €
Durée	910 – 2142 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	3
Organismes gestionnaires (CFA)	3
Organismes formateurs	3
Régions couvertes	3
Départements couverts	3
Organismes certifiés Qualiopi	3
Sessions	de 09/2025 à 06/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).