

Responsable du développement

RNCP36728 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34573, 34597, 34072, 34031, 34026
Code(s) ROME	D1406, M1705, M1706, M1302, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/07/2022
Date d'échéance	20/07/2024

Certificateur(s)

FORMATIVES · SIRET : 44320061300026

Partenaires habilités

56 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 56 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
A3FA	90055425400012	Former et organiser l'évaluation
AFLOKKAT	52229814000032	Former et organiser l'évaluation
AFLOKKAT	52229814000040	Former et organiser l'évaluation
ALESIA FORMATION	40762250500011	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AQUITAINE	81465151900039	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE EURE ET LOIR	91453923400023	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE LIMOUSIN	84411737400018	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE SEVRE ET VIENNE	48832827900069	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE VAL D'OISE	91189064800031	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 56 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36728-responsable-du-developpement/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le responsable du développement a une vision de la stratégie globale qui lui permet de déployer dans un contexte de transition :

Une stratégie de développement axée sur les tendances, nouveaux modes de vie et de travail, nouvelles réglementations, nouveaux outils...

Une stratégie marketing dans le but d'apporter de nouveaux marchés et de développer le portefeuille,

Sa créativité et des compétences techniques pour faire évoluer ou inventer de nouveaux produits ou services

respectueux de l'environnement,

Des outils, matériels, logiciels pour assurer la transformation numérique permettant d'assurer sereinement le développement de l'organisation,

Des moyens de recherche de financements pour assurer les projets de développement,

Une communication permettant de manager une petite équipe mais également de gérer un site internet lors du développement du potentiel d'affaires ou les réseaux sociaux pour accroître la notoriété de l'organisation et développer son réseau professionnel, des partenariats,

Des techniques commerciales afin de proposer des solutions pour assurer la croissance de l'entité,

Des tableaux de bord pour un reporting et un suivi de l'activité et du dans un souci d'amélioration de la rentabilité.

ACTIVITÉS VISÉES

Mise en œuvre d'une stratégie de développement

Conduite de veille stratégique

Identification des tendances

Définition des enjeux commerciaux

Détection d'opportunités de développement

Mise en place de tableaux de bord

Mise en œuvre d'une stratégie marketing

Analyse du parcours et de la relation clientèle

Développement de nouveaux marchés, utilisation optimale des canaux

Participation à la stratégie marketing et de prospection

Mise en place d'actions marketing omnicanal

Gestion de data dans le cadre du marketing digital

Mise en œuvre d'une stratégie de marque

Mise en place d'un plan de communication

Pilotage du développement en mode projet

Traduction des prévisions d'activité en termes d'objectifs, d'organisation et de moyens

Recherche de financements

Participation à la démarche qualité et au développement de la RSE

Coordination des actions et des ressources

Développement de partenariats

Gestion de contrats

Suivi du projet et présentation du bilan.

Management durable d'équipe à proximité et à distance

Organisation d'équipe

Gestion et contrôle des missions

Management de proximité

Pilotage de la performance de l'équipe

Animation de réunion et motivation des acteurs

Organisation du système d'information et des données

Organisation de la transition numérique

Diffusion de produits / services

Prise en compte des caractéristiques des produits et services

Participation à la mise à jour du catalogue

Mise en place d'actions de communication et diffusion de messages

Mise en place d'actions commerciales et négociation

Animation d'un réseau

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mise en œuvre d'une stratégie de développement

Réaliser une étude sectorielle pour positionner l'organisation dans son environnement socio-économique en analysant l'offre, la demande, le positionnement des principaux acteurs

Identifier les tendances du marché afin de produire une veille stratégique efficiente en collectant des informations sur les évolutions technologiques et les nouveaux modes de consommation

Exploiter une veille juridique en vue d'explorer des opportunités engendrées par de nouvelles des réglementations en tenant compte de l'évolution de la législation, de la fiscalité...

Identifier les enjeux commerciaux afin d'élaborer une planification à moyen terme en s'appuyant sur une analyse de la politique d'entreprise

Analyser les données d'activité qui permettent de présenter les avantages concurrentiels de la structure, en effectuant un diagnostic de l'environnement interne

Proposer des axes d'évolution à la direction en justifiant les opportunités de développement afin d'inventer ou de moderniser la gamme de produits et services

Élaborer un tableau de bord afin d'optimiser les performances de l'activité en proposant un reporting avec des indicateurs pertinents et un outil digital adapté

Mise en oeuvre d'une stratégie marketing

Analyser l'input client afin d'identifier de nouveaux besoins en réalisant une étude des comportements et attentes de la clientèle et du parcours client

Identifier des axes de prospection pour saisir de nouveaux marchés en s'appuyant sur les changements de mode vie et de consommation des utilisateurs

Développer les canaux de distribution afin d'accroître son activité en s'appuyant sur les modes de commercialisation identifiés lors des veilles et études menées

Analyser les données des publics cibles afin de proposer un plan marketing omnicanal adapté après avoir effectué une segmentation et priorisé les informations

Interpréter les data afin de proposer un plan d'actions digitales en mobilisant les méthodes statistiques et les outils du marketing digital

Proposer des actions ciblées pour conquérir des clients dans un contexte de transition écologique et numérique en utilisant les outils du marketing direct et l'inbound marketing

Mesurer l'impact des campagnes marketing en suivant l'évolution des actions afin de proposer des axes d'amélioration

Décliner la stratégie de marque pour répondre au besoin de développement (lancement de produit, nouvelle activité...) en respectant les éléments constitutifs (image, identité visuelle) sur différents canaux

Définir un plan de communication pour atteindre les objectifs de développement par cible en structurant les actions et les messages

Pilotage du développement en mode projet

Définir les jalons permettant de réussir son projet en précisant les contraintes et les ressources nécessaires

Déterminer les coûts afin d'établir un budget prévisionnel en mobilisant les outils de gestion

Rechercher des financements qui permettront la faisabilité du projet en sollicitant des apports privés et publics, en collaboration avec le service juridique

Proposer une démarche d'amélioration continue en réalisant un diagnostic (qualité / RSE) afin de valoriser les bonnes pratiques de l'entreprise intégrant la durabilité environnementale, sociale et économique

Mettre en oeuvre des actions de prévention en matière de sécurité des personnes, des locaux, des data, de l'organisation afin de réduire les risques et aléas liés à un projet en respectant rigoureusement les procédures en place dans l'organisation

Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en mobilisant les étapes de la gestion de projet

Établir des relations afin de multiplier les contacts avec des partenaires opérants en ciblant des organisations pouvant apporter une plus-value à l'organisation

Élaborer une argumentation en identifiant les leviers et les freins qui permettront d'adapter son discours

Actualiser les documents juridiques exploitant les résultats de la veille pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation

S'exprimer en langue anglaise dans son environnement professionnel en usant d'un vocabulaire et d'une syntaxe adaptés au public visé

Analyser les résultats du projet afin de produire une évaluation objective à destination des différents acteurs grâce au suivi des indicateurs mis en place

Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit

Management durable d'équipe à proximité et à distance

Composer son équipe de façon à faire correspondre effectifs et besoins, en identifiant les complémentarités de chacun des membres

Participer à la rédaction d'une fiche de poste afin de pourvoir aux recrutements en identifiant les compétences attendues

Intégrer de nouveaux collaborateurs en prônant l'interculturalité, l'acceptation et l'accompagnement de personnes en

situation de handicap, la formation entre pairs dans le but de favoriser la cohésion d'équipe

Organiser le travail des collaborateurs en précisant les délégations et les outils de contrôle pour rendre l'équipe efficiente

Piloter le travail d'équipe en présentiel ou à distance en réalisant des tableaux de bord de suivi de l'activité afin d'évaluer la performance collective

Structurer l'information en mettant en place des outils collaboratifs, digitaux, synchrones ou asynchrones, afin d'optimiser la circulation des données au sein de l'équipe

Animer une réunion en présentiel ou distanciel pour fédérer autour des enjeux et générer de l'engagement, en appliquant les techniques de communication

Préparer les entretiens professionnels en tenant compte conjointement des besoins de l'organisation, des souhaits d'évolution des salariés et des possibilités de formation pour développer la performance individuelle

Analyser les risques encourus par l'équipe en s'appuyant sur les procédures de prévention des RPS de l'entreprise afin de favoriser la qualité de vie au travail

Appliquer des techniques de management pour déjouer ou apaiser un conflit en hiérarchisant et planifiant les actions

Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce)

Anticiper les menaces en lien avec l'usage des outils digitaux par les collaborateurs en s'assurant de l'application des règles de cybersécurité afin de limiter les risques liés à la gestion des données

Diffusion de produits / services

Analyser la fiche technique d'un produit en identifiant ses principales caractéristiques afin de pouvoir de le mettre en valeur

Rédiger une note sur la conception universelle des produits et services à l'attention du responsable marketing en appréciant leur accessibilité aux personnes en situation de handicap afin de respecter la réglementation en vigueur

Réaliser un diagnostic RSE des produits et services afin de se conformer à la stratégie de l'organisation en estimant leur cycle de vie et leur impact environnemental

Structurer le catalogue avec une catégorisation claire, un système de recherche efficient, une description unique et qualitative des produits et services afin d'optimiser le référencement

Organiser une campagne media pour répondre aux besoins exprimés dans le plan de communication en précisant les objectifs et le budget par cible

Promouvoir un produit, un service en organisant une manifestation événementielle pour assurer une visibilité à l'organisation

Élaborer un message pour valoriser l'offre / le projet en affutant ses arguments

Concevoir des supports de communication afin d'assurer une diffusion des produits, services ou évolutions de l'activité, en adaptant les messages d'information aux cibles

Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés

Mener une négociation en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte d'achat

Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients en fédérant, motivant, animant des équipes commerciales

Proposer des actions innovantes pour promouvoir une gamme ou un produit en animant un réseau social

Blocs de compétences

RNCP36728BC01 — Mettre en oeuvre une stratégie de développement

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une étude sectorielle pour positionner l'organisation dans son environnement socio-économique en analysant l'offre, la demande, le positionnement des principaux acteurs

Identifier les tendances du marché afin de produire une veille stratégique efficiente en collectant des informations sur les évolutions technologiques et les nouveaux modes de consommation

Exploiter une veille juridique en vue d'explorer des opportunités engendrées par de nouvelles des réglementations en tenant compte de l'évolution de la législation, de la fiscalité...

Identifier les enjeux commerciaux afin d'élaborer une planification à moyen terme en s'appuyant sur une analyse de

la politique d'entreprise

Analyser les données d'activité qui permettent de présenter les avantages concurrentiels de la structure, en effectuant un diagnostic de l'environnement interne

Proposer des axes d'évolution à la direction en justifiant les opportunités de développement afin d'inventer ou de moderniser la gamme de produits et services

Élaborer un tableau de bord afin d'optimiser les performances de l'activité en proposant un reporting avec des indicateurs pertinents et un outil digital adapté

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas relative à une stratégie de développement

RNCP36728BC02 — Mettre en oeuvre une stratégie marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser l'input client afin d'identifier de nouveaux besoins en réalisant une étude des comportements et attentes de la clientèle et du parcours client

Identifier des axes de prospection pour saisir de nouveaux marchés en s'appuyant sur les changements de mode vie et de consommation des utilisateurs

Développer les canaux de distribution afin d'accroître son activité en s'appuyant sur les modes de commercialisation identifiés lors des veilles et études menées

Analyser les données des publics cibles afin de proposer un plan marketing omnicanal adapté après avoir effectué une segmentation et priorisé les informations

Interpréter les data afin de proposer un plan d'actions digitales en mobilisant les méthodes statistiques et les outils du marketing digital

Proposer des actions ciblées pour conquérir des clients dans un contexte de transition écologique et numérique en utilisant les outils du marketing direct et l'inbound marketing

Mesurer l'impact des campagnes marketing en suivant l'évolution des actions afin de proposer des axes d'amélioration

Décliner la stratégie de marque pour répondre au besoin de développement (lancement de produit, nouvelle activité...) en respectant les éléments constitutifs (image, identité visuelle) sur différents canaux

Définir un plan de communication pour atteindre les objectifs de développement par cible en structurant les actions et les messages

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas relative à la stratégie marketing

RNCP36728BC03 — Piloter le développement en mode projet

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les jalons permettant de réussir son projet en précisant les contraintes et les ressources nécessaires

Déterminer les coûts afin d'établir un budget prévisionnel en mobilisant les outils de gestion

Rechercher des financements qui permettront la faisabilité du projet en sollicitant des apports privés et publics, en collaboration avec le service juridique

Proposer une démarche d'amélioration continue en réalisant un diagnostic (qualité / RSE) afin de valoriser les bonnes pratiques de l'entreprise intégrant la durabilité environnementale, sociale et économique

Mettre en oeuvre des actions de prévention en matière de sécurité des personnes, des locaux, des data, de l'organisation afin de réduire les risques et aléas liés à un projet en respectant rigoureusement les procédures en place dans l'organisation

Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en mobilisant les étapes de la gestion de projet

Établir des relations afin de multiplier les contacts avec des partenaires opérants en ciblant des organisations pouvant apporter une plus-value à l'organisation

Élaborer une argumentation en identifiant les leviers et les freins qui permettront d'adapter son discours

Actualiser les documents juridiques exploitant les résultats de la veille pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation

S'exprimer en langue anglaise dans son environnement professionnel en usant d'un vocabulaire et d'une syntaxe adaptés au public visé

Analyser les résultats du projet afin de produire une évaluation objective à destination des différents acteurs grâce au suivi des indicateurs mis en place

Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier projet

RNCP36728BC04 — Manager durablement une équipe à proximité et à distance

LISTE DE COMPÉTENCES

Composer son équipe de façon à faire correspondre effectifs et besoins, en identifiant les complémentarités de chacun des membres

Participer à la rédaction d'une fiche de poste afin de pourvoir aux recrutements en identifiant les compétences attendues

Intégrer de nouveaux collaborateurs en prônant l'interculturalité, l'acceptation et l'accompagnement de personnes en situation de handicap, la formation entre pairs dans le but de favoriser la cohésion d'équipe

Organiser le travail des collaborateurs en précisant les délégations et les outils de contrôle pour rendre l'équipe efficiente

Piloter le travail d'équipe en présentiel ou à distance en réalisant des tableaux de bord de suivi de l'activité afin d'évaluer la performance collective

Structurer l'information en mettant en place des outils collaboratifs, digitaux, synchrones ou asynchrones, afin d'optimiser la circulation des données au sein de l'équipe

Animer une réunion en présentiel ou distanciel pour fédérer autour des enjeux et générer de l'engagement, en appliquant les techniques de communication

Préparer les entretiens professionnels en tenant compte conjointement des besoins de l'organisation, des souhaits d'évolution des salariés et des possibilités de formation pour développer la performance individuelle

Analyser les risques encourus par l'équipe en s'appuyant sur les procédures de prévention des RPS de l'entreprise afin de favoriser la qualité de vie au travail

Appliquer des techniques de management pour déjouer ou apaiser un conflit en hiérarchisant et planifiant les actions

Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce)

Anticiper les menaces en lien avec l'usage des outils digitaux par les collaborateurs en s'assurant de l'application des règles de cybersécurité afin de limiter les risques liés à la gestion des données

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier management

RNCP36728BC05 — Diffuser des produits / services

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la fiche technique d'un produit en identifiant ses principales caractéristiques afin de pouvoir de le mettre en valeur

Rédiger une note sur la conception universelle des produits et services à l'attention du responsable marketing en appréciant leur accessibilité aux personnes en situation de handicap afin de respecter la réglementation en vigueur

Réaliser un diagnostic RSE des produits et services afin de se conformer à la stratégie de l'organisation en estimant leur cycle de vie et leur impact environnemental

Structurer le catalogue avec une catégorisation claire, un système de recherche efficient, une description unique et qualitative des produits et services afin d'optimiser le référencement

Organiser une campagne media pour répondre aux besoins exprimés dans le plan de communication en précisant les objectifs et le budget par cible

Promouvoir un produit, un service en organisant une manifestation événementielle pour assurer une visibilité à l'organisation

Élaborer un message pour valoriser l'offre / le projet en affutant ses arguments

Concevoir des supports de communication afin d'assurer une diffusion des produits, services ou évolutions de l'activité, en adaptant les messages d'information aux cibles

Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés

Mener une négociation en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte

d'achat

Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients en fédérant, motivant, animant des équipes commerciales

Proposer des actions innovantes pour promouvoir une gamme ou un produit en animant un réseau social

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rapport d'activités

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités économiques concernés par le développement d'activité dans un contexte de transition (agro-alimentaire, distribution, industrie, restauration, sociétés de services, télécommunications, banque, assurances, santé et prévoyance, formation, enseignement...)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé d'expansion commerciale

Responsable des ventes

Manager commercial

Responsable d'agence commerciale

Responsable d'agence de placement, de travail temporaire

Responsable de centre de profit, de Business Unit

Responsable de PME

Directeur de magasin

Adjoint de direction dans la grande distribution

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)	9 417
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés 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

Certification de niveau 4 avec trois années de formation

Certification de niveau 5 ou de niveau 4 avec 3 années d'expérience liées au développement d'une organisation, et

avec accord du certificateur (VAP) et une année de formation

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

- 1 président du jury ayant des responsabilités de management
- 1 personne responsable de développement commercial
- 1 personne qualifiée en ingénierie pédagogique
- 1 personne qualifiée en développement durable ou transition numérique

COMPOSITION DU JURY — VAE

- 1 président du jury
ayant des responsabilités de management
- 1 personne responsable de développement commercial
- 1 personne qualifiée en ingénierie pédagogique

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	6 059 €
Selon la branche	4 564 € – 6 140 €

Prise en charge	Branches concernées
6 059 €	Valeur par défaut · 185 branches
6 140 €	CPNE Branche ITV, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE de l'immobilier, CPNE des Télécoms, CPNE des agents généraux d'assurance
4 564 €	CPNE de la branche de la librairie, CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEFP Carrières et matériaux
6 066 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 026 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 936 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
5 897 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
5 783 €	CPNE Travail Temporaire
5 400 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	20/07/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/07/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	87	0	86 %	—
2020	18	0	100 %	60 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP31964

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39205

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34465, RNCP35025, RNCP36149, RNCP36374, RNCP36607, RNCP36664, RNCP36763

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36728/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	41
Parcours menés à terme	40
Taux d'achèvement	98 %
Période	10/2022 – 06/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	42
Montant total engagé	81 852 €
Coût moyen par dossier	1 949 €
Durée moyenne	237 h
Période	09/2022 – 07/2024
France compétences	91 %
France Travail	6 %
État	2 %
Reste à charge titulaire	1 %
Entreprise	1 %

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