

Manager du développement d'affaires en agrobusiness

RNCP37068 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312, 312n
Formacode(s)	32145, 21084, 32025, 34572
Code(s) ROME	D1402, M1402, H1102, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/11/2022
Date d'échéance	23/11/2027

Certificateur(s)

ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION · SIRET : 88930797100024

ECOLE SUPERIEURE DES METIERS DE LA VILLE DE DEMAIN-CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION · SIRET : 88944585400025

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION	88930797100024	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION	88930797100040	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION	88930797100081	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION	88930797100107	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'agrobusiness embrasse toutes les filières économiques en lien avec la production, la transformation et la commercialisation des biens de consommation alimentaires et non alimentaires issus de l'agriculture. Il englobe par conséquent des filières aussi diverses que l'agrofourmiture, l'agroéquipement, la production et la transformation des produits agricoles, l'aménagement des espaces, la production et la distribution des produits alimentaires ou la valorisation des produits non alimentaires.

Dans un contexte en pleine mutation, les entreprises ont besoin de s'appuyer sur des cadres commerciaux en capacité de définir et de conduire le déploiement de leur stratégie commerciale, d'une part grâce à leur expertise des spécificités du secteur – en matière de structuration, de produits, de circuits de distribution et de réglementation – et d'autre part grâce à la prise en compte des impératifs évidents de verdissement global de la filière, lequel doit se traduire à la fois en méthode de production et en produits finis.

ACTIVITÉS VISÉES

Elaborer la stratégie de développement commercial au sein de l'entreprise d'agrobusiness

Structuration des modalités de veille stratégique dans le secteur de l'agrobusiness

Identification, analyse et évaluation des impacts des évolutions juridiques et technologiques dans le secteur de l'agrobusiness

Etude du segment de marché de l'entreprise dans le secteur de l'agrobusiness

Diagnostic du positionnement de l'entreprise dans le secteur de l'agrobusiness

Conception, structuration et présentation d'une stratégie marketing et commerciale visant le développement de l'entreprise sur son marché dans le secteur de l'agrobusiness

Créer une nouvelle activité ou développer une nouvelle offre commerciale sous toutes ses composantes dans le secteur de l'agrobusiness

Pilotage du projet de conception d'une nouvelle offre produit/service ou activité dans le secteur de l'agrobusiness

Elaboration du business plan de la nouvelle offre produit/service ou activité dans le secteur de l'agrobusiness

Elaboration de la stratégie de communication omnicanale accompagnant le lancement de l'offre produit/service ou de nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness et conception des outils de commercialisation associés

Commercialiser une offre de produits/services auprès de comptes clés ou de réseaux partenaires dans le secteur de l'agrobusiness

Recherche d'opportunités d'affaires en agrobusiness, définition et mise en oeuvre d'une stratégie d'approche de grands comptes et de comptes clés

Approche de grands comptes et comptes clés dans le secteur de l'agrobusiness, identification et analyse de leurs besoins en relation avec l'offre produits/services de son entreprise

Conception et négociation d'une offre commerciale avec les grands comptes et comptes clés dans le secteur de l'agrobusiness

Animation d'un réseau de distribution et/ou d'une équipe commerciale/technique dans le secteur de l'agrobusiness

Piloter une unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness

Gestion de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness sur le plan économique et financier

Gestion des flux de marchandises et/ou services nécessaires au fonctionnement, à la production et à la livraison de l'offre produits/services de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness

Gestion et management des ressources humaines de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Organiser une veille stratégique sur le secteur de l'agrobusiness et ses dimensions économiques, réglementaires, technologiques et environnementales, en sélectionnant les multiples sources d'information à exploiter sur les canaux physiques (événements professionnels, presse spécialisée...) et numériques (sites institutionnels, sites spécialisés, données clients internes et externes...) et en déterminant leurs modalités d'accès et de traitement, afin de disposer d'éléments fiables pour supporter des analyses complexes permettant l'identification des évolutions impactant l'activité de l'entreprise et l'évaluation des opportunités, contraintes et menaces qu'elles recèlent

Evaluer les effets des évolutions législatives règlementant les marchés de l'agrobusiness aux niveaux économique et environnemental, en s'appuyant sur l'analyse des nouvelles dispositions réglementaires prises aux niveaux national, européen et international et en qualifiant leurs conséquences et impacts sur le secteur, afin de déterminer les nécessités d'adaptation de la stratégie de l'entreprise et de son offre produits/services au regard des nouvelles contraintes et opportunités repérées

Analyser les innovations technologiques émergentes dans le secteur de l'agrobusiness et intervenant aussi bien dans la composition des produits/services que des modes et processus de production et d'organisation, en évaluant leur intérêt, leurs possibilités d'appropriation ou d'adaptation et leur plus-value potentielle pour son entreprise, afin de déterminer les opportunités de transfert de technologie, de processus ou d'organisation pouvant améliorer le positionnement de son entreprise et de son offre produits/services, recelant des gains de productivité et contribuant à la consolidation d'une démarche de développement durable

Analyser l'écosystème du marché de l'entreprise et de la concurrence sur son périmètre d'activité, en identifiant les acteurs en présence (entreprises, fournisseurs...) et en évaluant leurs positionnements (parts de marché, santé financière...) et leurs stratégies respectives (innovation, offres produits/services, organisation commerciale...), afin de qualifier les forces en présence et de repérer les menaces ou opportunités (notamment en matière de partenariat industriel) pour l'entreprise

Evaluer les besoins sociétaux, ainsi que l'état, les attentes et l'évolution de la demande des clients potentiels (entreprises/institutions ou consommateurs/usagers) des produits/services de son entreprise, en exploitant les données massives disponibles sur les canaux digitaux en interne ou en externe, afin de se préparer aux mutations

des secteurs agricoles, agroalimentaires ou de l'aménagement des espaces, notamment en matière de qualité et de responsabilité sociale et environnementale, et de déterminer en conséquence les potentielles modifications à apporter à son offre produits/services, ses canaux et réseaux de distribution et ses modalités de communication et de valorisation

Identifier les forces et faiblesses de l'entreprise au regard de son positionnement sur le marché de l'agrobusiness, en croisant les résultats de l'analyse de son environnement et ceux de son analyse interne (capacités, singularité, résultats commerciaux, satisfaction clients), afin d'établir le diagnostic de la situation de l'entreprise et de déterminer ses enjeux de développement au regard des opportunités, menaces et risques de son segment d'activité

Elaborer une stratégie de développement commercial pour l'entreprise d'agrobusiness, en s'appuyant sur le diagnostic posé et en définissant ses axes de développement possibles en termes de marché, d'offre produits/services et de lancement d'activité, afin de contribuer au développement durable et responsable de son entreprise

Structurer la stratégie de développement commercial élaborée, en déterminant les objectifs à atteindre et en spécifiant ses conditions de réalisation compte tenu des impératifs liés au développement durable et à la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, afin de la présenter de façon formalisée à sa direction

Défendre la stratégie de développement commercial élaborée auprès de sa direction, en justifiant les choix et moyens de développement préconisés au moyen d'un argumentaire factuel démontrant les bénéfices possibles au niveau commercial (volume de ventes, gain de parts de marché, conquête de nouveaux segments de marché...) et extra-commercial (notoriété de l'entreprise, valeurs éthiques et environnementales), afin de la faire valider et, le cas échéant, d'en négocier les ajustements avant toute mise en oeuvre

Construire un projet de développement d'une nouvelle offre produit/service ou d'une nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur le diagnostic stratégique de l'entreprise et des opportunités portées par son marché et en déterminant les conditions méthodologiques et organisationnelles de sa mise en oeuvre, afin de contribuer au développement commercial de l'entreprise par le renouvellement de son offre dans une logique d'innovation et de développement durable

Constituer un groupe projet composé de professionnels experts, en définissant les compétences nécessaires au développement d'une nouvelle offre de produit/service ou d'une nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness et en identifiant les ressources internes et externes mobilisables, afin de disposer des moyens humains suffisants et adaptés à la dimension du projet

Définir les caractéristiques de l'offre produit/service ou de la nouvelle activité innovante à développer dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant ses composantes compte tenu des besoins du marché et des contraintes imposées et opportunités offertes par l'environnement technologique (innovation) et réglementaire (normes environnementales et sanitaires, certification qualité...), afin de proposer une offre différenciante, durable et cohérente avec le positionnement de l'entreprise

Evaluer les conditions de faisabilité de l'offre produit/service innovante ou de la nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness, en supervisant les études de développement réalisées par les experts internes/externes permettant la vérification et la définition de son processus de production et/ou d'industrialisation, afin de s'assurer de son opportunité et de garantir sa rentabilité et sa plus value pour l'entreprise

Conduire le développement de l'offre produit/service innovante ou de la nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness en mode agile, en suivant ses étapes de prototypage et en testant le(s) prototype(s) réalisé(s) sur un marché ou un périmètre restreint, afin de vérifier sa qualité, son adaptation aux besoins de la cible client et d'identifier les améliorations ou ajustements à y apporter avant validation définitive et industrialisation le cas échéant

Planifier les étapes de lancement et de mise en marché de l'offre produit/service innovante développée dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant l'ordonnancement des actions à conduire et leurs échéances de réalisation compte tenu des spécificités du marché, des contraintes de la nouvelle chaîne de valeur et des aspects juridiques et commerciaux, afin de les intégrer au business plan

Etablir le positionnement distinctif de l'offre produit/service innovante à mettre en marché dans le secteur de l'agrobusiness, en spécifiant sa ou ses cible(s) client(s) (entreprises, exploitations agricoles, collectivités, consommateur/usager final...) et en caractérisant sa promesse/utilité et son offre de prix, afin de fonder sa singularité et ses avantages concurrentiels

Réaliser le chiffrage financier de la mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en produisant l'estimation des coûts générés par son développement, sa production et sa commercialisation et en établissant un prévisionnel et des objectifs de vente réalistes et atteignables, afin d'évaluer les investissements financiers à consentir et de démontrer la viabilité et la rentabilité du projet

Finaliser le business plan de la mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness,

en formalisant de façon claire, ordonnée et professionnelle les éléments fondant le projet sur la base de l'analyse de données objectives sur le marché ciblé, afin de disposer d'un outil de présentation convaincant à l'intention des décideurs internes/externes à l'entreprise

Défendre le bienfondé et la rentabilité du projet de mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness auprès des décideurs internes et/ou externes à l'entreprise, en s'appuyant sur tous les éléments du business plan et en développant un argumentaire fondé sur des données factuelles, afin de les convaincre de soutenir le projet

Déterminer les ajustements à apporter au projet de mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en tenant compte des retours et objections formulés par les décideurs internes ou externes et en anticipant les différents risques d'ordre économiques, technologiques et juridiques repérés, afin de valider les conditions de lancement de l'offre produit/service

Elaborer une stratégie de communication omnicanal accompagnant le lancement de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en tenant compte des pratiques et codes culturels du secteur, ainsi que des caractéristiques de sa cible clients, et en déterminant les outils et supports marketing/communication à déployer sur les canaux physiques et digitaux, afin d'assurer son retentissement et sa rencontre avec la cible clients

Concevoir les argumentaires et outils de commercialisation de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur ses connaissances techniques spécifiques au secteur agricole, agroalimentaire ou de l'aménagement des espaces et en veillant à la crédibilité des arguments avancés, afin d'optimiser la commercialisation auprès d'une clientèle de professionnels (garant technique)

Analyser la composition du marché de l'entreprise et celle de son portefeuille d'affaires dans le secteur de l'agrobusiness, en évaluant la position, l'importance et les perspectives de développement de ses différents prospects et clients, afin de hiérarchiser et de segmenter sa clientèle et d'identifier les grands comptes et comptes clés nécessitant la mise en place d'une approche et/ou d'un suivi spécifique

Evaluer le potentiel d'affaires, les risques éventuels et les acteurs et circuits décisionnels des grands comptes et comptes clés identifiés dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur l'exploitation de données stratégiques captées sur les canaux numériques (réseaux professionnels notamment) et en élaborant leur plan de compte, afin d'établir une stratégie d'approche adaptée à chacun d'eux et d'optimiser sa démarche de prospection

Approcher les acteurs stratégiques des grands comptes et comptes clés sélectionnés dans le secteur de l'agrobusiness, en mettant en oeuvre des actions de mise en relation directe (téléphonique, rencontre physique sur les salons...) et indirecte (réseautage sur les réseaux numériques professionnels, communication numérique ciblée...), afin d'éveiller leur intérêt concernant l'offre produits/services de son entreprise et d'obtenir des rendez-vous commerciaux ou de découverte

Conduire des entretiens avec les acteurs stratégiques des grands comptes et comptes clés sélectionnés dans le secteur de l'agrobusiness, en adoptant une posture adaptée à ses interlocuteurs et contribuant à l'expression du sérieux et la valorisation de son entreprise, afin de collecter toutes les informations permettant l'identification de leurs enjeux (économiques, industriels...) et celle de leurs besoins

Définir le(s) besoin(s) des grands comptes et comptes clés approchés dans le secteur de l'agrobusiness, en analysant les attentes et enjeux exprimés et sous-jacents ressortant des entretiens menés et en évaluant la capacité et l'intérêt de son entreprise à y répondre au regard des spécificités de son offre produits/services, afin de construire une proposition commerciale adaptée

Constituer une offre commerciale adaptée au besoin du grand compte ou du compte clé dans le secteur de l'agrobusiness, en définissant ses différentes composantes sur les plans techniques et logistiques et en s'assurant de son adéquation avec les attentes clients, ainsi que de sa plus-value ou de ses avantages différenciants, afin d'établir une proposition attractive

Elaborer la proposition commerciale en lien avec l'offre produit/service destinée au grand compte ou au compte clé dans le secteur de l'agrobusiness, en chiffrant sa dimension financière compte tenu des coûts générés et des impératifs de marge, et en prévoyant les dispositions secondaires contribuant à son attractivité (reprise de matériel, financement...), afin de convaincre le client de l'intérêt de s'engager dans le processus d'achat et de négociation

Mener une négociation complexe, à forts enjeux pour le client et le vendeur, souvent longue et nécessitant plusieurs rencontres, en s'adaptant aux profils de ses interlocuteurs et à la culture du secteur de l'agrobusiness, en particulier des grands comptes, afin de parvenir à un accord permettant la conclusion du marché dans le respect des intérêts financiers et commerciaux de son entreprise

Valider l'offre commerciale dans toutes ses composantes (financière, technique, logistique), en reprenant tous les points d'accord issus de la négociation et en vérifiant l'adhésion du client, afin d'établir un contrat commercial sécurisant l'engagement des deux parties

Organiser en concertation avec le client les conditions de délivrance de l'offre produit/service, en validant avec lui les étapes de la mise en oeuvre (livraison, mise en service, suivi de production...) de l'offre et en déterminant les modalités d'entretien de la relation clients, afin de garantir le respect des engagements pris et de favoriser sa satisfaction et sa fidélisation

Négocier les objectifs à réaliser avec chaque membre du réseau de distributeurs des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en conciliant les motivations et attentes des acteurs du réseau et les objectifs de vente de son entreprise, afin d'assurer le développement des affaires

Former les équipes commerciales/techniques et/ou les membres du réseau de distributeurs des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en leur transmettant les méthodes et techniques de vente adaptées aux spécificités de l'offre produits/services, ainsi que les outils et technologies associées, afin d'améliorer les performances des équipes et de contribuer au développement des ventes

Animer la force de vente interne et ou externe dédiée à la commercialisation des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant les actions promotionnelles à mettre en place compte tenu de la saisonnalité, afin de dynamiser la vente de certains produits ou certaines familles de produits

Accompagner les équipes commerciales et/ou les membres du réseau de distributeurs des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en leur apportant son conseil et son expérience dans les situations particulières et difficiles au cours du processus de vente (prospection, proposition, litige, fidélisation...), afin que chacun atteigne les objectifs fixés

Evaluer en continu les chiffres de vente des produits/services de l'entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en analysant les résultats des différentes campagnes et opérations commerciales menées à l'appui de données numériques et de restitutions statistiques, afin d'identifier les objectifs atteints ou les écarts avec les prévisionnels de vente, et de décider en conséquence des actions correctives à mettre en place

Elaborer les indicateurs de performance financière et commerciale, ainsi que les tableaux de bord associés, de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant les critères d'évaluation adéquats au regard des objectifs définis par la direction d'entreprise et en choisissant les formats de restitution pertinents compte tenu du SI de l'entreprise et des données à collecter, afin d'assurer le suivi et l'évaluation continue de l'activité et d'en dresser les bilans périodiques

Opérer les choix de gestion budgétaire de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur le diagnostic financier de l'entité et en procédant aux décisions d'affectation de moyens et de dépenses nécessaires à son fonctionnement et son développement, afin de garantir l'équilibre entre les recettes et dépenses

Préconiser des axes d'amélioration de gestion financière de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur l'analyse de sa performance et en identifiant les gisements d'économie et d'optimisation, afin de les présenter à sa direction en vue de l'adoption de mesures correctives

Elaborer la stratégie d'achat et d'approvisionnement de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant les critères de sélection des fournisseurs sur le plan de la qualité, de leurs capacités et du respect des impératifs de développement durable (en accord avec la politique RSE de l'entreprise) et en choisissant leurs modalités de recherche et de qualification, afin de constituer un portefeuille de partenaires suffisant pour assurer le fonctionnement de l'entité et la réalisation de sa production

Définir les besoins d'achat et d'approvisionnement de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en organisant la collecte et la remontée des informations permettant la qualification et la quantification des produits/services à acquérir au moyen du SI de l'entreprise et de modalités complémentaires adaptées, afin de planifier et d'engager le processus d'achat garantissant la mise à disposition des biens et services nécessaires au fonctionnement de l'entité et à la réalisation de sa production

Sélectionner les fournisseurs de produits/services de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en collectant et analysant leurs offres commerciales et en choisissant celles répondant favorablement à ses critères qualité, prix, délai et environnement, afin d'engager la négociation avec les partenaires présentant les garanties de satisfaction de son besoin

Négocier avec les fournisseurs nationaux et internationaux sélectionnés la mise à disposition des produits/services recherchés, en s'adaptant aux particularités culturelles de ses interlocuteurs et en parvenant à un accord acceptable concernant les conditions d'achat en termes de qualité, de prix et de garantie de délai, afin d'optimiser les approvisionnements de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness

Organiser la chaîne d'approvisionnement de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness du fournisseur au client final, en tenant compte de la saisonnalité et des spécificités de l'activité (reprises de matériel d'occasion, de productions animales ou végétales), afin d'assurer à ses clients la livraison de son offre produits/services dans le respect des engagements pris

Evaluer les besoins en compétences de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness sur le plan qualitatif et quantitatif, en s'appuyant sur l'analyse de ses prévisions d'activité et projets de développement et en tenant compte de l'évolution des métiers au regard des spécificités du marché de l'entreprise, afin de disposer des ressources suffisantes pour atteindre les objectifs assignés à son entité

Recruter de nouveaux collaborateurs en lien avec le service RH de l'entreprise d'agrobusiness, en déterminant les profils recherchés au regard des postes à pourvoir et en sélectionnant ceux correspondant à ses critères de choix dans le cadre d'entretien de recrutement, afin de s'appuyer sur des collaborateurs fiables et compatibles avec la culture de l'entreprise

Organiser les conditions et modalités de travail de ses collaborateurs conformément à la réglementation, en définissant leurs périmètres d'activité et attributions respectives et en déterminant les dispositions particulières à mettre en oeuvre pour garantir l'intégration et l'autonomie de salariés en situation de handicap, afin de bâtir un cadre de travail performant et favorisant la motivation, le bien-être et l'inclusion de tous les salariés de l'unité opérationnelle

Accompagner ses équipes au quotidien, en mettant en place les techniques d'animation favorisant la conduite du changement et en gérant les situations de tension et conflits interpersonnels, afin d'assurer l'harmonie et l'efficacité du collectif

Accompagner la montée en compétences de ses collaborateurs, en identifiant avec eux les actions et mesures contribuant à leur évolution professionnelle et l'optimisation de leurs résultats, afin de faire face aux nouveaux enjeux et besoins du secteur d'activité

Blocs de compétences

RNCP37068BC01 — Elaborer la stratégie de développement commercial au sein de l'entreprise d'agrobusiness

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser une veille stratégique sur le secteur de l'agrobusiness et ses dimensions économiques, réglementaires, technologiques et environnementales, en sélectionnant les multiples sources d'information à exploiter sur les canaux physiques (événements professionnels, presse spécialisée...) et numériques (sites institutionnels, sites spécialisés, données clients internes et externes...) et en déterminant leurs modalités d'accès et de traitement, afin de disposer d'éléments fiables pour supporter des analyses complexes permettant l'identification des évolutions impactant l'activité de l'entreprise et l'évaluation des opportunités, contraintes et menaces qu'elles recèlent

Evaluer les effets des évolutions législatives règlementant les marchés de l'agrobusiness aux niveaux économique et environnemental, en s'appuyant sur l'analyse des nouvelles dispositions réglementaires prises aux niveaux national, européen et international et en qualifiant leurs conséquences et impacts sur le secteur, afin de déterminer les nécessités d'adaptation de la stratégie de l'entreprise et de son offre produits/services au regard des nouvelles contraintes et opportunités repérées

Analyser les innovations technologiques émergentes dans le secteur de l'agrobusiness et intervenant aussi bien dans la composition des produits/services que des modes et processus de production et d'organisation, en évaluant leur intérêt, leurs possibilités d'appropriation ou d'adaptation et leur plus-value potentielle pour son entreprise, afin de déterminer les opportunités de transfert de technologie, de processus ou d'organisation pouvant améliorer le positionnement de son entreprise et de son offre produits/services, recelant des gains de productivité et contribuant à la consolidation d'une démarche de développement durable

Analyser l'écosystème du marché de l'entreprise et de la concurrence sur son périmètre d'activité, en identifiant les acteurs en présence (entreprises, fournisseurs...) et en évaluant leurs positionnements (parts de marché, santé financière...) et leurs stratégies respectives (innovation, offres produits/services, organisation commerciale...), afin de qualifier les forces en présence et de repérer les menaces ou opportunités (notamment en matière de partenariat industriel) pour l'entreprise

Evaluer les besoins sociétaux, ainsi que l'état, les attentes et l'évolution de la demande des clients potentiels (entreprises/institutions ou consommateurs/usagers) des produits/services de son entreprise, en exploitant les données massives disponibles sur les canaux digitaux en interne ou en externe, afin de se préparer aux mutations des secteurs agricoles, agroalimentaires ou de l'aménagement des espaces, notamment en matière de qualité et de responsabilité sociale et environnementale, et de déterminer en conséquence les potentielles modifications à apporter à son offre produits/services, ses canaux et réseaux de distribution et ses modalités de communication et de valorisation

Identifier les forces et faiblesses de l'entreprise au regard de son positionnement sur le marché de l'agrobusiness, en

croisant les résultats de l'analyse de son environnement et ceux de son analyse interne (capacités, singularité, résultats commerciaux, satisfaction clients), afin d'établir le diagnostic de la situation de l'entreprise et de déterminer ses enjeux de développement au regard des opportunités, menaces et risques de son segment d'activité

Elaborer une stratégie de développement commercial pour l'entreprise d'agrobusiness, en s'appuyant sur le diagnostic posé et en définissant ses axes de développement possibles en termes de marché, d'offre produits/services et de lancement d'activité, afin de contribuer au développement durable et responsable de son entreprise

Structurer la stratégie de développement commercial élaborée, en déterminant les objectifs à atteindre et en spécifiant ses conditions de réalisation compte tenu des impératifs liés au développement durable et à la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, afin de la présenter de façon formalisée à sa direction

Défendre la stratégie de développement commercial élaborée auprès de sa direction, en justifiant les choix et moyens de développement préconisés au moyen d'un argumentaire factuel démontrant les bénéfices possibles au niveau commercial (volume de ventes, gain de parts de marché, conquête de nouveaux segments de marché...) et extra-commercial (notoriété de l'entreprise, valeurs éthiques et environnementales), afin de la faire valider et, le cas échéant, d'en négocier les ajustements avant toute mise en oeuvre

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le diagnostic stratégique de l'entreprise sur le marché et la préconisation de ses axes développement à partir d'une étude de cas réelle ou reconstituée

RNCP37068BC02 — Créer une nouvelle activité ou développer une nouvelle offre commerciale sous toutes ses composantes dans le secteur de l'agrobusiness

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire un projet de développement d'une nouvelle offre produit/service ou d'une nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur le diagnostic stratégique de l'entreprise et des opportunités portées par son marché et en déterminant les conditions méthodologiques et organisationnelles de sa mise en oeuvre, afin de contribuer au développement commercial de l'entreprise par le renouvellement de son offre dans une logique d'innovation et de développement durable

Constituer un groupe projet composé de professionnels experts, en définissant les compétences nécessaires au développement d'une nouvelle offre de produit/service ou d'une nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness et en identifiant les ressources internes et externes mobilisables, afin de disposer des moyens humains suffisants et adaptés à la dimension du projet

Définir les caractéristiques de l'offre produit/service ou de la nouvelle activité innovante à développer dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant ses composantes compte tenu des besoins du marché et des contraintes imposées et opportunités offertes par l'environnement technologique (innovation) et réglementaire (normes environnementales et sanitaires, certification qualité...), afin de proposer une offre différenciante, durable et cohérente avec le positionnement de l'entreprise

Evaluer les conditions de faisabilité de l'offre produit/service innovante ou de la nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness, en supervisant les études de développement réalisées par les experts internes/externes permettant la vérification et la définition de son processus de production et/ou d'industrialisation, afin de s'assurer de son opportunité et de garantir sa rentabilité et sa plus value pour l'entreprise

Conduire le développement de l'offre produit/service innovante ou de la nouvelle activité dans le secteur de l'agrobusiness en mode agile, en suivant ses étapes de prototypage et en testant le(s) prototype(s) réalisé(s) sur un marché ou un périmètre restreint, afin de vérifier sa qualité, son adaptation aux besoins de la cible client et d'identifier les améliorations ou ajustements à y apporter avant validation définitive et industrialisation le cas échéant

Planifier les étapes de lancement et de mise en marché de l'offre produit/service innovante développée dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant l'ordonnancement des actions à conduire et leurs échéances de réalisation compte tenu des spécificités du marché, des contraintes de la nouvelle chaîne de valeur et des aspects juridiques et commerciaux, afin de les intégrer au business plan

Etablir le positionnement distinctif de l'offre produit/service innovante à mettre en marché dans le secteur de l'agrobusiness, en spécifiant sa ou ses cible(s) client(s) (entreprises, exploitations agricoles, collectivités, consommateur/usager final...) et en caractérisant sa promesse/utilité et son offre de prix, afin de fonder sa singularité et ses avantages concurrentiels

Réaliser le chiffrage financier de la mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en produisant l'estimation des coûts générés par son développement, sa production et sa commercialisation et en établissant un prévisionnel et des objectifs de vente réalistes et atteignables, afin d'évaluer

les investissements financiers à consentir et de démontrer la viabilité et la rentabilité du projet

Finaliser le business plan de la mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en formalisant de façon claire, ordonnée et professionnelle les éléments fondant le projet sur la base de l'analyse de données objectives sur le marché ciblé, afin de disposer d'un outil de présentation convaincant à l'intention des décideurs internes/externes à l'entreprise

Défendre le bienfondé et la rentabilité du projet de mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness auprès des décideurs internes et/ou externes à l'entreprise, en s'appuyant sur tous les éléments du business plan et en développant un argumentaire fondé sur des données factuelles, afin de les convaincre de soutenir le projet

Déterminer les ajustements à apporter au projet de mise en marché de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en tenant compte des retours et objections formulés par les décideurs internes ou externes et en anticipant les différents risques d'ordre économiques, technologiques et juridiques repérés, afin de valider les conditions de lancement de l'offre produit/service

Elaborer une stratégie de communication omnicanal accompagnant le lancement de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en tenant compte des pratiques et codes culturels du secteur, ainsi que des caractéristiques de sa cible clients, et en déterminant les outils et supports marketing/communication à déployer sur les canaux physiques et digitaux, afin d'assurer son retentissement et sa rencontre avec la cible clients

Concevoir les argumentaires et outils de commercialisation de l'offre produit/service innovante dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur ses connaissances techniques spécifiques au secteur agricole, agroalimentaire ou de l'aménagement des espaces et en veillant à la crédibilité des arguments avancés, afin d'optimiser la commercialisation auprès d'une clientèle de professionnels (garant technique)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un projet de développement innovant à partir d'un cas réel ou reconstitué

RNCP37068BC03 — Commercialiser une offre de produits/services auprès de comptes clés ou de réseaux partenaires dans le secteur de l'agrobusiness

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la composition du marché de l'entreprise et celle de son portefeuille d'affaires dans le secteur de l'agrobusiness, en évaluant la position, l'importance et les perspectives de développement de ses différents prospects et clients, afin de hiérarchiser et de segmenter sa clientèle et d'identifier les grands comptes et comptes clés nécessitant la mise en place d'une approche et/ou d'un suivi spécifique

Évaluer le potentiel d'affaires, les risques éventuels et les acteurs et circuits décisionnels des grands comptes et comptes clés identifiés dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur l'exploitation de données stratégiques captées sur les canaux numériques (réseaux professionnels notamment) et en élaborant leur plan de compte, afin d'établir une stratégie d'approche adaptée à chacun d'eux et d'optimiser sa démarche de prospection

Approcher les acteurs stratégiques des grands comptes et comptes clés sélectionnés dans le secteur de l'agrobusiness, en mettant en oeuvre des actions de mise en relation directe (téléphonique, rencontre physique sur les salons...) et indirecte (réseautage sur les réseaux numériques professionnels, communication numérique ciblée...), afin d'éveiller leur intérêt concernant l'offre produits/services de son entreprise et d'obtenir des rendez-vous commerciaux ou de découverte

Conduire des entretiens avec les acteurs stratégiques des grands comptes et comptes clés sélectionnés dans le secteur de l'agrobusiness, en adoptant une posture adaptée à ses interlocuteurs et contribuant à l'expression du sérieux et la valorisation de son entreprise, afin de collecter toutes les informations permettant l'identification de leurs enjeux (économiques, industriels...) et celle de leurs besoins

Définir le(s) besoin(s) des grands comptes et comptes clés approchés dans le secteur de l'agrobusiness, en analysant les attentes et enjeux exprimés et sous-jacents ressortant des entretiens menés et en évaluant la capacité et l'intérêt de son entreprise à y répondre au regard des spécificités de son offre produits/services, afin de construire une proposition commerciale adaptée

Constituer une offre commerciale adaptée au besoin du grand compte ou du compte clé dans le secteur de l'agrobusiness, en définissant ses différentes composantes sur les plans techniques et logistiques et en s'assurant de son adéquation avec les attentes clients, ainsi que de sa plus-value ou de ses avantages différenciants, afin d'établir une proposition attractive

Elaborer la proposition commerciale en lien avec l'offre produit/service destinée au grand compte ou au compte clé dans le secteur de l'agrobusiness, en chiffrant sa dimension financière compte tenu des coûts générés et des impératifs de marge, et en prévoyant les dispositions secondaires contribuant à son attractivité (reprise de matériel,

financement...), afin de convaincre le client de l'intérêt de s'engager dans le processus d'achat et de négociation
Mener une négociation complexe, à forts enjeux pour le client et le vendeur, souvent longue et nécessitant plusieurs rencontres, en s'adaptant aux profils de ses interlocuteurs et à la culture du secteur de l'agrobusiness, en particulier des grands comptes, afin de parvenir à un accord permettant la conclusion du marché dans le respect des intérêts financiers et commerciaux de son entreprise

Valider l'offre commerciale dans toutes ses composantes (financière, technique, logistique), en reprenant tous les points d'accord issus de la négociation et en vérifiant l'adhésion du client, afin d'établir un contrat commercial sécurisant l'engagement des deux parties

Organiser en concertation avec le client les conditions de délivrance de l'offre produit/service, en validant avec lui les étapes de la mise en oeuvre (livraison, mise en service, suivi de production...) de l'offre et en déterminant les modalités d'entretien de la relation clients, afin de garantir le respect des engagements pris et de favoriser sa satisfaction et sa fidélisation

Négocier les objectifs à réaliser avec chaque membre du réseau de distributeurs des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en conciliant les motivations et attentes des acteurs du réseau et les objectifs de vente de son entreprise, afin d'assurer le développement des affaires

Former les équipes commerciales/techniques et/ou les membres du réseau de distributeurs des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en leur transmettant les méthodes et techniques de vente adaptées aux spécificités de l'offre produits/services, ainsi que les outils et technologies associées, afin d'améliorer les performances des équipes et de contribuer au développement des ventes

Animer la force de vente interne et ou externe dédiée à la commercialisation des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant les actions promotionnelles à mettre en place compte tenu de la saisonnalité, afin de dynamiser la vente de certains produits ou certaines familles de produits

Accompagner les équipes commerciales et/ou les membres du réseau de distributeurs des produits/services de son entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en leur apportant son conseil et son expérience dans les situations particulières et difficiles au cours du processus de vente (prospection, proposition, litige, fidélisation...), afin que chacun atteigne les objectifs fixés

Evaluer en continu les chiffres de vente des produits/services de l'entreprise dans le secteur de l'agrobusiness, en analysant les résultats des différentes campagnes et opérations commerciales menées à l'appui de données numériques et de restitutions statistiques, afin d'identifier les objectifs atteints ou les écarts avec les prévisionnels de vente, et de décider en conséquence des actions correctives à mettre en place

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un plan de compte client réalisé à partir d'une étude d'un cas réelle ou fictive

A partir du plan de compte, de l'étude de son besoin et de la construction d'une offre commerciale adaptée, la simulation d'une négociation complexe avec un compte-clé

Les modalités d'animation d'un réseau de vente interne ou externe à partir d'une situation réelle ou reconstituée

RNCP37068BC04 — Piloter une unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer les indicateurs de performance financière et commerciale, ainsi que les tableaux de bord associés, de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant les critères d'évaluation adéquats au regard des objectifs définis par la direction d'entreprise et en choisissant les formats de restitution pertinents compte tenu du SI de l'entreprise et des données à collecter, afin d'assurer le suivi et l'évaluation continue de l'activité et d'en dresser les bilans périodiques

Opérer les choix de gestion budgétaire de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur le diagnostic financier de l'entité et en procédant aux décisions d'affectation de moyens et de dépenses nécessaires à son fonctionnement et son développement, afin de garantir l'équilibre entre les recettes et dépenses

Préconiser des axes d'amélioration de gestion financière de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en s'appuyant sur l'analyse de sa performance et en identifiant les gisements d'économie et d'optimisation, afin de les présenter à sa direction en vue de l'adoption de mesures correctives

Elaborer la stratégie d'achat et d'approvisionnement de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en déterminant les critères de sélection des fournisseurs sur le plan de la qualité, de leurs capacités et du respect des impératifs de développement durable (en accord avec la politique RSE de l'entreprise) et en choisissant leurs modalités de recherche et de qualification, afin de constituer un portefeuille de partenaires suffisant pour assurer le fonctionnement de l'entité et la réalisation de sa production

Définir les besoins d'achat et d'approvisionnement de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en

organisant la collecte et la remontée des informations permettant la qualification et la quantification des produits/services à acquérir au moyen du SI de l'entreprise et de modalités complémentaires adaptées, afin de planifier et d'engager le processus d'achat garantissant la mise à disposition des biens et services nécessaires au fonctionnement de l'entité et à la réalisation de sa production

Sélectionner les fournisseurs de produits/services de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness, en collectant et analysant leurs offres commerciales et en choisissant celles répondant favorablement à ses critères qualité, prix, délai et environnement, afin d'engager la négociation avec les partenaires présentant les garanties de satisfaction de son besoin

Négocier avec les fournisseurs nationaux et internationaux sélectionnés la mise à disposition des produits/services recherchés, en s'adaptant aux particularités culturelles de ses interlocuteurs et en parvenant à un accord acceptable concernant les conditions d'achat en termes de qualité, de prix et de garantie de délai, afin d'optimiser les approvisionnements de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness

Organiser la chaîne d'approvisionnement de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness du fournisseur au client final, en tenant compte de la saisonnalité et des spécificités de l'activité (reprises de matériel d'occasion, de productions animales ou végétales), afin d'assurer à ses clients la livraison de son offre produits/services dans le respect des engagements pris

Evaluer les besoins en compétences de l'unité opérationnelle dans le secteur de l'agrobusiness sur le plan qualitatif et quantitatif, en s'appuyant sur l'analyse de ses prévisions d'activité et projets de développement et en tenant compte de l'évolution des métiers au regard des spécificités du marché de l'entreprise, afin de disposer des ressources suffisantes pour atteindre les objectifs assignés à son entité

Recruter de nouveaux collaborateurs en lien avec le service RH de l'entreprise d'agrobusiness, en déterminant les profils recherchés au regard des postes à pourvoir et en sélectionnant ceux correspondant à ses critères de choix dans le cadre d'entretien de recrutement, afin de s'appuyer sur des collaborateurs fiables et compatibles avec la culture de l'entreprise

Organiser les conditions et modalités de travail de ses collaborateurs conformément à la réglementation, en définissant leurs périmètres d'activité et attributions respectives et en déterminant les dispositions particulières à mettre en oeuvre pour garantir l'intégration et l'autonomie de salariés en situation de handicap, afin de bâtir un cadre de travail performant et favorisant la motivation, le bien-être et l'inclusion de tous les salariés de l'unité opérationnelle

Accompagner ses équipes au quotidien, en mettant en place les techniques d'animation favorisant la conduite du changement et en gérant les situations de tension et conflits interpersonnels, afin d'assurer l'harmonie et l'efficacité du collectif

Accompagner la montée en compétences de ses collaborateurs, en identifiant avec eux les actions et mesures contribuant à leur évolution professionnelle et l'optimisation de leurs résultats, afin de faire face aux nouveaux enjeux et besoins du secteur d'activité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

La gestion économique d'une unité à partir d'une situation reconstituée

La gestion des achats de marchandises / services, et leur impact sur la chaîne de valeur d'une entité à partir d'une situation reconstituée

La préparation du recrutement d'un collaborateur

Les modalités de management dans le cadre d'une situation particulière (changement, recadrage d'un salarié, arrivée de nouveaux collaborateurs...)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur de l'agrobusiness : agrofourniture, agroéquipement, production et transformation des produits agricoles, aménagement des espaces, production et distribution des produits alimentaires ou valorisation des produits non alimentaires (bio énergie, bio matériaux...)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable des ventes

Responsable commercial

Ingénieur commercial ou d'affaires

Chargé d'affaires

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 928 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	54 222
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Option Agrobusiness

1ère année : titulaire d'un niveau 6 (bac+3) en agriculture, en agroalimentaire, en gestion et commerce, en production industrielle ou en sciences et techniques

2ème année : titulaire d'un niveau 6 et plus (bac+4 et plus) en agriculture, en agroalimentaire, en gestion et commerce, en production industrielle ou en sciences et techniques

Option Paysage

1ère année : titulaire d'un niveau 6 (bac+3) dans les filières paysage, agricole ou travaux publics

2ème année : titulaire d'un niveau 6 et plus (bac+4 et plus) dans les filières paysage, agricole ou travaux publics ou diplômes d'ingénieur spécialité paysage ou horticole

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Entrée en 1ère année : titulaires d'un diplôme ou d'une certification de niveau 6 présentant des compétences pertinentes par rapport à la spécialisation de la certification (gestion des espaces, environnement, agroalimentaire, agro ressources etc.) dotés d'un projet professionnel motivé

Entrée en 2ème année : titulaires d'un diplôme ou d'une certification de niveau 6 et suivant un cycle de niveau 7 ou avec une expérience

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

3 personnalités extérieures à l'établissement certificateur, tous professionnels qualifiés ayant exercé des fonctions de management ou d'ingénierie commerciale

2 représentants de l'établissement certificateur, membre de l'encadrement 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	7 570 €
Selon la branche	5 402 € – 8 124 €
Prise en charge	Branches concernées
7 570 €	Valeur par défaut · 199 branches
8 124 €	CPNE de l'agriculture, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés, CPNIEFP dans la coopération agricole
7 650 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
7 356 €	CPNEFP des commerces de gros
7 350 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande
6 885 €	CPNE chimie
6 424 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 950 €	CPNEFP de la métallurgie
5 525 €	CPNE de la Plasturgie et des Composites
5 402 €	CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation

Base légale

Date de décision	23/11/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/11/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	24	0	83 %	75 %
2018	38	0	97 %	70 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP29842

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37068/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 07/2028

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