

Chargé de développement commercial et marketing

RNCP38025 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34085, 34052, 34566
Code(s) ROME	M1705, E1101, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/09/2023
Date d'échéance	20/09/2026

Certificateur(s)

EDUCSUP · SIRET : 81097088900020

ADEFI FORMATION · SIRET : 49815719700035

Partenaires habilités

31 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 31 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AFIP	43261313100049	Former et organiser l'évaluation
ALTICOME	81755147600044	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ESUP Group - Établissement de Lyon	80799301900031	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ESUP Group - Établissement de Rennes	80799301900056	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST	33764282100074	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	97855127300011	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	91487009200022	Former et organiser l'évaluation
CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES	37815351400021	Former et organiser l'évaluation
CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE	75313914600017	Former et organiser l'évaluation
DELTA	87784553700027	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 31 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38025-charge-de-developpement-commercial-et-marketing/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le/la Chargé(e) de développement commercial et marketing intervient dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Le site internet, e-commerce et les réseaux sociaux sont un appui essentiel pour développer son activité.

Le/la "Chargé(e) de Développement Commercial et Marketing" en TPE/PME ou grand groupe, est un(e) généraliste

jonglant entre techniques commerciales ET marketing "traditionnelles" et techniques digitales en plein essor. Son objectif premier est de contribuer à augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise. Le digital qui n'est pas une compétence en soi est désormais incontournable pour le développement commercial de l'entreprise en ce qu'il est un outil pour capter de la clientèle ou de la data qui sera transformée en information commerciale en vue de développer le chiffre d'affaires par les équipes commerciale.

ACTIVITÉS VISÉES

- Etude de marché, des clients et des concurrents
- Mise en oeuvre d'un plan marketing et de communication omnicanal
- Evaluation et suivi du plan marketing et de communication omnicanal
- Définition et conception d'un plan d'actions commerciales
- Développement et suivi du portefeuille clients
- Animation d'un réseau commercial et fidélisation du portefeuille
- Pilotage du suivi et optimisation des ventes
- Management et animation d'une équipe commerciale
- Gestion des ressources humaines et développement des compétences

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Collecter les données de l'environnement concurrentiel du secteur d'activité, à partir d'éléments fournis, dans le but d'analyser le positionnement des produits, services et marques de l'entreprise.
- Collecter les données du marché de l'entreprise, au moyen d'enquêtes terrain auprès des clients B to B et B to C pour permettre le développement de l'innovation des produits et services.
- Analyser les données collectées, au moyen de grilles d'évaluation concordantes, type matrices, dans un but de cerner le marché et de détecter de nouveaux marchés potentiels.
- Présenter les résultats de l'étude de marché à la direction générale et marketing, au moyen d'un rapport de synthèse, dans le but de permettre à la direction de définir la stratégie marketing de l'entreprise.
- Définir le positionnement de l'offre, au moyen d'une analyse 4P, Product, Price, Place, Promotion (prix-produit/service-distribution-promotion), dans le but de fournir aux équipes un plan marketing validé par la direction.
- Sélectionner des actions et des supports promotionnels, au moyen du plan marketing, dans le but de fournir le plan de communication offline et online.
- Déployer la stratégie offline, au moyen d'outils d'aide à la vente mis à la disposition des équipes commerciales, pour soutenir l'action commerciale des équipes terrain.
- Déployer la stratégie online, adaptée au soutien ou au lancement des produits/services, en collaboration avec les équipes, dans le but de déployer et gérer un plan de communication externe pour optimiser la visibilité des produits et services de l'entreprise
- Mettre en œuvre un plan d'actions correctives, au moyen d'une analyse des résultats des campagnes offline et online, et de leur rentabilité, dans le but de maintenir et d'améliorer les retours sur investissements.
- Identifier ses cibles commerciales, à partir d'un plan marketing définissant les politiques prix, tarifs, distribution, promotion, en vue d'élaborer le plan d'actions commerciales permettant le développement des ventes.
- Prospecter de nouveaux clients B to B et B to C, par des moyens en adéquation avec les cibles, pour consolider et accroître le portefeuille clients.
- Négocier une offre commerciale, à partir de l'argumentaire commercial défini par le plan d'actions, en vue de transformer le prospect en client.
- Gérer la relation client, à l'aide d'un suivi du retour et de la satisfaction des clients, en vue de les fidéliser et de développer le chiffre d'affaires.
- Démultiplier les canaux de distribution, par la mise en place de partenariats commerciaux, en vue de constituer un réseau commercial.
- Animer le réseau commercial, à partir de supports et d'arguments de vente, de visites, d'échanges, en vue de susciter l'adhésion de chaque unité de vente et de réaliser un plan de suivi des ventes.
- Piloter l'ensemble de l'activité commerciale, à partir du suivi des ventes, au moyen de tableaux de bord de suivi du chiffre d'affaires et des marges, dans le but d'atteindre les objectifs commerciaux et financiers fixés.
- Recruter et constituer les équipes, avec le soutien du service Ressources Humaines, par la sélection de profils adaptés, pour structurer l'activité commerciale.
- Ingérer et suivre les nouvelles recrues, pour optimiser leurs performances, par une animation d'équipe, en vue d'instituer une émulation au sein de l'équipe.
- Animer une équipe commerciale par l'organisation de réunions, séminaires, événements, afin de recenser les

performances individuelles et collectives pour atteindre les buts fixés.

- Évaluer les performances de l'équipe, au moyen de tableaux de bord, dans le but de fixer de nouveaux objectifs SMART.
- Motiver les équipes, par des réunions individuelles et collectives, dans le but d'atteindre les objectifs fixés.
- Accompagner le changement et la transition numérique, par un système de veille, des actions ciblées, des formations internes et externes, pour optimiser l'activité des membres de l'équipe, et garantir son actualisation par rapport aux règles de l'art en vigueur.
- Conduire des entretiens professionnels, au moyen de réunions individuelles, et de grilles d'analyse personnelles, ou éventuellement fournies par le service ressources humaines, dans le but d'évaluer le positionnement de chaque membre de l'équipe pour recenser ses besoins d'évolution professionnelle, et de les indiquer à la DRH, s'il y a lieu.
- Élaborer un plan de développement des compétences des membres de l'équipe, au moyen de catalogues de formation, dans le but de disposer d'intervenants performants disposant de compétences commerciales actualisées.

Blocs de compétences

RNCP38025BC01 — Mise en oeuvre d'un plan marketing omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

Le/la chargé(e) de développement commercial et marketing contribue, en lien avec la direction marketing, à l'élaboration de la stratégie marketing lui permettant ensuite de piloter les opérations marketing dont il/elle a la charge.

Au sein d'une PME, il/elle travaille en lien avec les membres du comité de direction.

- Collecter les données de l'environnement concurrentiel du secteur d'activité, à partir d'éléments fournis, dans le but d'analyser le positionnement des produits, services et marques de l'entreprise.
- Collecter les données du marché de l'entreprise, au moyen d'enquêtes terrain auprès des clients B to B et B to C pour permettre le développement de l'innovation des produits et services.
- Analyser les données collectées, au moyen de grilles d'évaluation concordantes, type matrices, dans un but de cerner le marché et de détecter de nouveaux marchés potentiels.
- Présenter les résultats de l'étude de marché à la direction générale et marketing, au moyen d'un rapport de synthèse, dans le but de permettre à la direction de définir la stratégie marketing de l'entreprise.
- Définir le positionnement de l'offre, au moyen d'une analyse 4P, Product, Price, Place, Promotion (prix-produit/service-distribution-promotion), dans le but de fournir aux équipes un plan marketing validé par la direction.
- Sélectionner des actions et des supports promotionnels, au moyen du plan marketing, dans le but de fournir le plan de communication offline et online.
- Déployer la stratégie offline, au moyen d'outils d'aide à la vente mis à la disposition des équipes commerciales, pour soutenir l'action commerciale des équipes terrain.
- Déployer la stratégie online, adaptée au soutien ou au lancement des produits/services, en collaboration avec les équipes, dans le but de déployer et gérer un plan de communication externe pour optimiser la visibilité des produits et services de l'entreprise
- Mettre en œuvre un plan d'actions correctives, au moyen d'une analyse des résultats des campagnes offline et online, et de leur rentabilité, dans le but de maintenir et d'améliorer les retours sur investissements.
- Recruter et constituer les équipes, avec le soutien du service Ressources Humaines, par la sélection de profils adaptés, pour structurer l'activité commerciale.
- Ingérer et suivre les nouvelles recrues, pour optimiser leurs performances, par une animation d'équipe, en vue d'instituer une émulation au sein de l'équipe.
- Animer une équipe commerciale par l'organisation de réunions, séminaires, événements, afin de recenser les performances individuelles et collectives pour atteindre les buts fixés.
- Évaluer les performances de l'équipe, au moyen de tableaux de bord, dans le but de fixer de nouveaux objectifs SMART.
- Motiver les équipes, par des réunions individuelles et collectives, dans le but d'atteindre les objectifs fixés.
- Accompagner le changement et la transition numérique, par un système de veille, des actions ciblées, des formations internes et externes, pour optimiser l'activité des membres de l'équipe, et garantir son actualisation par rapport aux règles de l'art en vigueur.
- Conduire des entretiens professionnels, au moyen de réunions individuelles, et de grilles d'analyse personnelles, ou éventuellement fournies par le service ressources humaines, dans le but d'évaluer le positionnement de chaque

membre de l'équipe pour recenser ses besoins d'évolution professionnelle, et de les indiquer à la DRH, s'il y a lieu.

- Élaborer un plan de développement des compétences des membres de l'équipe, au moyen de catalogues de formation, dans le but de disposer d'intervenants performants disposant de compétences commerciales actualisées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

À partir de données réelles ou fictives d'une entreprise, le/la candidat(e) devra réaliser un plan marketing et de communication pertinent à présenter oralement au jury après l'avoir envoyé au plus tard 3 semaines avant la date de l'examen oral.

Examen oral d'une durée de 30 minutes.

Le support écrit devra contenir 30 pages hors annexes.

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Au titre de la formation initiale

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Au titre de la formation continue

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Expérience professionnel commerciale (2 ans minimum)

VAE validant le niveau requis

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi la préparation à la certification ou bien avoir l'expérience professionnelle requise pour la présentation d'un dossier de VAE

RNCP38025BC02 — Développer et suivre les ventes multicanales

LISTE DE COMPÉTENCES

À partir du plan marketing, le chargé(e) de développement commercial et marketing a pour objectif de déployer le plan d'actions commerciales et de développer les ventes de l'entreprise. Elle s'exerce sous l'autorité de la direction générale ou de la direction commerciale et en appui sur les équipes logistiques en charge de l'administration des ventes et les équipes commerciales opérationnelles. Cette activité s'exerce en direct (BtoC, via boutiques, BtoB) et/ou on line (e-commerce).

- Identifier ses cibles commerciales, à partir d'un plan marketing définissant les politiques prix, tarifs, distribution, promotion, en vue d'élaborer le plan d'actions commerciales permettant le développement des ventes.
- Prospecter de nouveaux clients B to B et B to C, par des moyens en adéquation avec les cibles, pour consolider et accroître le portefeuille clients.
- Négocier une offre commerciale, à partir de l'argumentaire commercial défini par le plan d'actions, en vue de transformer le prospect en client.
- Gérer la relation client, à l'aide d'un suivi du retour et de la satisfaction des clients, en vue de les fidéliser et de développer le chiffre d'affaires.
- Démultiplier les canaux de distribution, par la mise en place de partenariats commerciaux, en vue de constituer un réseau commercial.
- Animer le réseau commercial, à partir de supports et d'arguments de vente, de visites, d'échanges, en vue de susciter l'adhésion de chaque unité de vente et de réaliser un plan de suivi des ventes.
- Piloter l'ensemble de l'activité commerciale, à partir du suivi des ventes, au moyen de tableaux de bord de suivi du chiffre d'affaires et des marges, dans le but d'atteindre les objectifs commerciaux et financiers fixés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

À partir du plan marketing d'une entreprise, réelle et fictive, le/la candidat(e) devra présenter un plan d'actions commerciales, négocier son offre au travers de jeux de rôles et présenter un budget commercial en cohérence avec le plan d'actions commerciales proposé.

Examen oral d'une durée de 30 minutes.

Le support écrit devra contenir 30 pages hors annexes.

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Au titre de la formation initiale

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Au titre de la formation continue

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Expérience professionnel commerciale (2 ans minimum)

VAE validant le niveau requis

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi la préparation à la certification ou bien avoir l'expérience professionnelle requise pour la présentation d'un dossier de VAE

RNCP38025BC03 — Manager une équipe commerciale et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Le chargé(e) de développement commercial et marketing a pour objectif de constituer et dynamiser une équipe, interne ou externe, le plus souvent en mode projet, organiser le travail, en prenant en compte les directives de la stratégie générale et en respectant la culture de l'entreprise.

- Recruter et constituer les équipes, avec le soutien du service Ressources Humaines, par la sélection de profils adaptés, pour structurer l'activité commerciale.
- Ingérer et suivre les nouvelles recrues, pour optimiser leurs performances, par une animation d'équipe, en vue d'instituer une émulation au sein de l'équipe.
- Animer une équipe commerciale par l'organisation de réunions, séminaires, événements, afin de recenser les performances individuelles et collectives pour atteindre les buts fixés.
- Évaluer les performances de l'équipe, au moyen de tableaux de bord, dans le but de fixer de nouveaux objectifs SMART.
- Motiver les équipes, par des réunions individuelles et collectives, dans le but d'atteindre les objectifs fixés.
- Accompagner le changement et la transition numérique, par un système de veille, des actions ciblées, des formations internes et externes, pour optimiser l'activité des membres de l'équipe, et garantir son actualisation par rapport aux règles de l'art en vigueur.
- Conduire des entretiens professionnels, au moyen de réunions individuelles, et de grilles d'analyse personnelles, ou éventuellement fournies par le service ressources humaines, dans le but d'évaluer le positionnement de chaque membre de l'équipe pour recenser ses besoins d'évolution professionnelle, et de les indiquer à la DRH, s'il y a lieu.
- Élaborer un plan de développement des compétences des membres de l'équipe, au moyen de catalogues de formation, dans le but de disposer d'intervenants performants disposant de compétences commerciales actualisées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

À partir de données réelles ou fictives d'une entreprise, le/la candidate devra présenter une situation de management d'équipe : Analyse et gestion des tâches, organisation, planification, évaluation des résultats, analyse des besoins en recrutement d'une équipe, animation et coordination d'équipes, proposition et suivi budgétaire d'une équipe.

Examen oral d'une durée de 30 minutes.

Le support écrit devra contenir 30 pages hors annexes.

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Au titre de la formation initiale

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Au titre de la formation continue

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Expérience professionnel commerciale (2 ans minimum)

VAE validant le niveau requis

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi la préparation à la certification ou bien avoir l'expérience professionnelle requise pour la présentation d'un dossier de VAE

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier de Chargé(e) de développement commercial et marketing est transverse et se retrouve dans TOUS les secteurs d'activité (agro alimentaire, biens de consommation à la personne, industrie, services, commerce en général, de détail ou de gros).

Fondamental dans le développement du chiffre d'affaires de l'entreprise, il est un poste clé. Dans certains secteurs, le commercial aura, outre la maîtrise des compétences commerciales, marketing ou

managériales inscrites au référentiel, une connaissance du produit soit au travers d'une expérience professionnelle acquise par le candidat dans le poste précédent dans le secteur d'activité visé, soit au travers d'une formation produit

diligentée par l'entreprise à son intégration.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chargé(e) de développement commercial et marketing

Responsable de développement commercial

Chef des ventes

Business développer

Chef de secteur

Chargé(e) d'affaires

Chargé(e) Marketing et communication

Responsable Commercial et marketing

Commercial e-commerce

Web commercial

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 001 €
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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Au titre de la formation initiale

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Au titre de la formation continue

Niveau 5 validé (quelle que soit la spécialité)

Expérience professionnelle commerciale (2 ans minimum)

VAE validant le niveau requis

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi la préparation à la certification ou bien avoir l'expérience professionnelle requise pour la présentation d'un dossier de VAE

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

5 jurys : 2 représentants de l'autorité de certification sans droit de vote / 3 représentants professionnels externes à l'organisme et à la certification

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	5 414 €
Selon la branche	3 893 € – 5 414 €
Prise en charge	Branches concernées
5 414 €	Valeur par défaut · 208 branches
3 893 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
5 400 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques
4 900 €	CPNEFP de la métallurgie
4 000 €	CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation

Base légale

Date de décision	20/09/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/09/2026
Date de dernière délivrance possible	20/09/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	18	0	100 %	92 %
2020	30	0	100 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28675

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP28675, RNCP35209, RNCP35388

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.educsup.fr/business-school>

Fiche officielle (France Compétences)

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	16
Organismes gestionnaires (CFA)	14
Organismes formateurs	15
Régions couvertes	7
Départements couverts	13
Organismes certifiés Qualiopi	15
Sessions	de 09/2025 à 03/2028

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

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	5
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	20 %
Période	10/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	8
Montant total engagé	35 835 €
Coût moyen par dossier	4 479 €
Durée moyenne	618 h
Période	09/2024 – 09/2026
France compétences	50 %
France Travail	41 %
Entreprise	8 %
Reste à charge titulaire	1 %

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