

Responsable du développement commercial

RNCP38123 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34085, 34554
Code(s) ROME	M1706, D1406, M1704, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/10/2023
Date d'échéance	18/10/2026

Certificateur(s)

IPAC · SIRET : 38416491900027<http://www.ipac-france.com>**EDUSERVICES · SIRET : 52282368100047**

Partenaires habilités

62 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 61 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
AEP PRADEAU LA SEDE	39988108500019	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900160	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900251	Former et organiser l'évaluation
AFTEC	35119111900301	Former et organiser l'évaluation
AFTEC IPAC BACHELOR FACTORY	35119111900434	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - IPAC BACHELOR FACTORY - MBWAY -	35119111900368	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - IPAC BACHELOR FACTORY - MB WAY - WIN SPORT	35119111900400	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - MY DIGITAL SCHOOL - MBWAY - IPAC BACHELOR	35119111900335	Former et organiser l'évaluation
AFTEC - WIN SPORT SCHOOL	35119111900418	Former et organiser l'évaluation
ASS DEVELOP ECOLE AGRICOL LES ETABLIERES	39842289900011	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 62 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38123-responsable-du-developpement-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Cette certification professionnelle s'inscrit dans un contexte de forte transformation. Le métier de Responsable du développement commercial a évolué depuis plusieurs années sous l'influence de la transformation numérique de la société et du secteur commercial, la culture digitale continuant à appeler une transformation des pratiques commerciales et des compétences qui leur sont associées.

De nouveaux canaux de distribution sont apparus et ont fait évoluer les techniques de vente et l'acte d'achat, redistribuant les cartes en termes de conception de stratégies de développement commercial et de modalités de déploiement des actions commerciales afférentes, et ce, tous secteurs d'activité confondus.

Le déploiement omnicanal des réseaux de distribution, la visibilité permanente et démultipliée des offres commerciales, l'accès universel à l'information procuré par la digitalisation aux consommateurs BtoB et BtoC génère une dynamique concurrentielle très importante. Les réseaux sociaux sont totalement intégrés dans les pratiques commerciales afin de promouvoir la notoriété et l'image de l'entreprise, ou lors du lancement d'un nouveau produit ou service.

Prospects et clients développent une connaissance fine, voire experte, de l'offre de produits et services qu'une multitude d'opérateurs commerciaux leur soumettent par le biais de sites internet, de blogs, de réseaux sociaux, de podcasts ... de plus, ils disposent d'un large accès à des avis de consommateurs reposant sur des systèmes de notation des entreprises, produits et services du marché, plus ou moins sophistiqués et crédibles.

ACTIVITÉS VISÉES

Dans le cadre de son métier, le, la Responsable du développement commercial conçoit et conduit le processus de commercialisation de l'offre de produits et services d'une entreprise, en vue d'atteindre des objectifs de performance commerciale établis dans le cadre d'une stratégie de développement élaborée en amont, correspondant à la stratégie globale de l'entreprise et portant sur un périmètre d'activités identifié (secteur géographique, gamme de produits ou services, types de clientèle).

Manager intermédiaire de proximité, il, elle organise et anime l'activité d'équipes de travail internes et externes mobilisées sur le projet de développement commercial dont il, elle est responsable pour atteindre les objectifs fixés avec les ressources et moyens alloués et dans les délais impartis.

Il, elle participe à la réflexion stratégique grâce à son analyse du marché et des résultats des actions menées sur le terrain, dans l'objectif de traduire ces orientations en décisions commerciales opérationnelles.

- Contribuer à l'élaboration de la stratégie de développement commercial

En lien avec la Direction de l'entreprise, le, la responsable du développement commercial décline la stratégie commerciale en concevant et en conduisant un plan d'action. Il, elle déploie les actions sur tous les canaux cohérents avec les objectifs définis au préalable. Il, elle s'appuie sur des équipes de vendeurs auxquels il, elle distribue les objectifs à atteindre et s'assure du contrôle de l'exécution correcte du plan d'action.

- Surveillance de l'environnement économique, commercial et concurrentiel du secteur d'activité de l'entreprise
- Elaboration et mise en œuvre du plan d'action commercial déclinant la stratégie de développement et ses objectifs
- Développer et assurer le suivi de la performance commerciale

En coordination avec le service marketing, le, la responsable du développement commercial construit et conduit la prospection visant à fidéliser et générer de nouveaux clients. Il, elle formule des propositions commerciales complexes et gère les situations de contentieux délicates. Il, elle évalue la performance de ses activités, analyse les résultats et les communique à la Direction dans une logique d'amélioration continue.

- Développement de la performance commerciale
- Suivi de la performance commerciale
- Animer le projet de développement commercial et assurer le suivi de l'expérience client

En lien avec le service marketing, le, la responsable du développement commercial organise ses activités en mode projet, coordonne et anime les équipes qu'il, qu'elle constitue. Il, elle évalue la qualité de l'expérience client online et offline en vue d'améliorer la satisfaction. Il, elle recueille les retours d'expérience clients et stimule leur engagement auprès de l'entreprise et de ses produits et services.

- Organisation des équipes commerciales internes et externes
- Animation des équipes commerciales internes et externes
- Optimisation de la relation client BtoB et BtoC

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences pour contribuer à l'élaboration de la stratégie de développement commercial

- Mettre en place un processus de veille commerciale sectorielle et concurrentielle en sélectionnant avec rigueur les sources online et offline adaptées au périmètre commercial de l'entreprise et aux objectifs définis par la direction pour analyser les éléments de veille collectés afin de repérer les innovations et tendances du marché en matière de besoins, de comportement du consommateur BtoB et BtoC, d'offres de produits et services et de stratégies des concurrents
- Analyser le marché et les évolutions des comportements d'achats des consommateurs en s'appuyant sur les résultats de la veille et les données marketing issues des outils de gestion de la relation client (CRM) pour proposer

des actions marketing et commerciales innovantes à mettre en place afin de conquérir et fidéliser la clientèle BtoB et BtoC dans une logique de responsabilité sociétale et environnementale

- Elaborer un plan d'action commercial omnicanal en déterminant les cibles inclusives BtoB et BtoC prioritaires, les actions à conduire, les méthodes et les moyens à mettre en place pour atteindre les objectifs fixés dans le cadre de la stratégie commerciale dans une logique de différenciation concurrentielle
- Décliner les objectifs de la direction au niveau de chaque équipe de vendeurs(deuses) en utilisant la méthode SMARTE pour orienter les actions du service commercial au niveau collectif et individuel afin de mettre en œuvre une stratégie commerciale dans une démarche inclusive
- Contrôler régulièrement le respect du plan d'action commercial en animant des réunions et en accompagnant les vendeurs(deuses) sur le terrain pour identifier les écarts, trouver leur origine et faire les ajustements nécessaires afin de s'assurer de l'atteinte des objectifs fixés dans un esprit de bienveillance et d'encouragement à la réussite individuelle et collective

Compétences pour développer et assurer le suivi de la performance commerciale

- Générer des leads BtoB et BtoC qualifiés en collaboration avec le service marketing en s'appuyant sur une stratégie de lead nurturing ciblant les attentes et besoins des profils de clients-type (personas) pour alimenter les vendeurs(deuses) en leads matures pour un premier contact commercial afin qu'ils, qu'elles les convertissent en clients.
- Convertir les leads SQL (Sales Qualified Leads) BtoB et BtoC identifiés en prospects qualifiés en collaboration avec le service marketing en déployant des actions de prospection commerciale offline et online pour générer de nouveaux acheteurs destinés à devenir des clients dans le cadre d'une relation commerciale durable
- Élaborer des propositions commerciales complexes personnalisées en se positionnant en tant qu'expert(e) de la stratégie commerciale de l'entreprise pour satisfaire aux demandes spécifiques des acheteurs et clients actuels BtoB et BtoC en apportant une valeur ajoutée à leurs projets génératrice d'engagement vis-à-vis de l'entreprise, de ses marques, produits et services
- Négocier des offres commerciales complexes avec les acheteurs et clients actuels BtoB et BtoC en appliquant des techniques de négociation respectueuses de la déontologie des affaires pour finaliser les ventes et atteindre les objectifs fixés par la direction
- Traiter, en appui ou en relais de l'équipe de vente, les réclamations et/ou litiges complexes émis online et/ou offline en identifiant l'origine et la nature des situations problématiques auprès des différents acteurs et en mobilisant les techniques de négociation appropriées pour décider des solutions à apporter dans le respect du cadre réglementaire, de la déontologie des affaires et dans un esprit de conciliation préservant les intérêts respectifs des parties prenantes afin de réduire l'impact des contentieux sur les performances commerciales et de préserver la satisfaction client
- Concevoir un tableau de bord de suivi de l'activité commerciale BtoB et BtoC en sélectionnant les indicateurs-clés de performance (KPI) adaptés aux priorités définies par la stratégie de développement commercial et en collectant les données commerciales au sein des sources de l'entreprise (CRM, logiciel de gestion commerciale, ERP, ...) pour évaluer la bonne exécution du plan d'action commercial, le niveau de réalisation des objectifs et repérer les écarts éventuels dans une logique d'amélioration continue de la performance commerciale
- Rédiger un reporting commercial en synthétisant les résultats de l'analyse de l'efficacité des actions commerciales et en détaillant des propositions d'actions correctives et des opportunités de développement commercial à saisir pour rendre compte auprès de la direction de la performance de l'activité commerciale sur son périmètre d'activité et aider à la prise de décision

Compétences pour animer le projet de développement commercial et assurer le suivi de l'expérience client

- Constituer les équipes de travail internes et externes nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés en établissant une cartographie des besoins en compétences (hard skills) et aptitudes (soft skills) pour déployer le projet de développement commercial dans une logique de performance sociale et économique
- Organiser en mode projet le travail des équipes mobilisées sur la mise en œuvre du projet de développement commercial en utilisant la méthode RACI et des outils collaboratifs agiles et inclusifs pour coordonner les compétences individuelles et collectives au service de l'atteinte des objectifs fixés dans une logique de coopération intégrative
- Assurer une communication inclusive auprès des équipes internes et externes des nouvelles orientations stratégiques de la direction de l'entreprise en diffusant des informations et en animant des réunions aux formats adaptés à l'ensemble des acteurs du projet de développement commercial pour échanger sur les points d'évolutions et fédérer les parties prenantes dans une logique de mobilisation de l'intelligence collective
- Organiser des challenges commerciaux ciblant les équipes internes et externes à l'aide de méthodes permettant une valorisation éthique de l'activité commerciale de l'entreprise pour déterminer qui est le, la meilleur(e)

vendeur(deuse) afin de lui offrir des perspectives d'évolution de carrière et/ou une rémunération supplémentaire en fonction des résultats par produit, service ou secteur

- Suivre les résultats des équipes internes et externes et les siens propres en s'appuyant sur l'analyse des indicateurs de performance qualitatifs et quantitatifs pour proposer des ajustements visant à atteindre les objectifs préalablement fixés dans une logique d'optimisation de la performance sociale et économique
- Analyser le parcours d'achat du client BtoB et BtoC selon les points de contacts numériques et/ou physiques avec les produits et services de l'entreprise en utilisant les données marketing issues des outils de gestion de la relation client (CRM) pour proposer des offres adaptées à ses besoins et différenciantes par rapport à la concurrence afin de favoriser la création d'une relation de confiance
- Analyser la satisfaction tout au long du parcours d'achat omnicanal du client BtoB et BtoC en utilisant des indicateurs de mesure de l'expérience client pour identifier les axes prioritaires de son optimisation afin de favoriser la fidélisation et de sécuriser le chiffre d'affaires de l'entreprise
- Mettre en place des retours d'expérience à l'aide de méthodes permettant au client BtoB et BtoC de développer son engagement en tant qu'ambassadeur (business partner) de l'entreprise pour qu'il effectue une recommandation de l'offre de produits et services auprès de ses proches

Blocs de compétences

RNCP38123BC01 — Contribuer à l'élaboration de la stratégie de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un processus de veille commerciale sectorielle et concurrentielle en sélectionnant avec rigueur les sources online et offline adaptées au périmètre commercial de l'entreprise et aux objectifs définis par la direction pour analyser les éléments de veille collectés afin de repérer les innovations et tendances du marché en matière de besoins, de comportement du consommateur BtoB et BtoC, d'offres de produits et services et de stratégies des concurrents

Analyser le marché et les évolutions des comportements d'achats des consommateurs en s'appuyant sur les résultats de la veille et les données marketing issues des outils de gestion de la relation client (CRM) pour proposer des actions marketing et commerciales innovantes à mettre en place afin de conquérir et fidéliser la clientèle BtoB et BtoC dans une logique de responsabilité sociétale et environnementale

Elaborer un plan d'action commercial omnicanal en déterminant les cibles inclusives BtoB et BtoC prioritaires, les actions à conduire, les méthodes et les moyens à mettre en place pour atteindre les objectifs fixés dans le cadre de la stratégie commerciale dans une logique de différenciation concurrentielle

Décliner les objectifs de la direction au niveau de chaque équipe de vendeurs(deuses) en utilisant la méthode SMARTE pour orienter les actions du service commercial au niveau collectif et individuel afin de mettre en œuvre une stratégie commerciale dans une démarche inclusive

Contrôler régulièrement le respect du plan d'action commercial en animant des réunions et en accompagnant les vendeurs(deuses) sur le terrain pour identifier les écarts, trouver leur origine et faire les ajustements nécessaires afin de s'assurer de l'atteinte des objectifs fixés dans un esprit de bienveillance et d'encouragement à la réussite individuelle et collective

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle réalisée en présentiel ou à distance

Sur la base d'une étude de cas présentant le contexte et l'activité d'une entreprise fictive, le, la candidat(e) :

- propose un processus de veille à mettre en place
- réalise une analyse du marché et des évolutions du comportement d'achat des consommateurs
- élabore un plan d'action commercial online et offline
- décline les objectifs commerciaux auprès de chaque équipe de vendeurs
- propose un processus de contrôle de la bonne exécution du plan d'action commercial

RNCP38123BC02 — Développer et assurer le suivi de la performance commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Générer des leads BtoB et BtoC qualifiés en collaboration avec le service marketing en s'appuyant sur une stratégie de lead nurturing ciblant les attentes et besoins des profils de clients-type (personas) pour alimenter les vendeurs(deuses) en leads matures pour un premier contact commercial afin qu'ils, qu'elles les convertissent en clients.

Convertir les leads SQL (Sales Qualified Leads) BtoB et BtoC identifiés en prospects qualifiés en collaboration avec le service marketing en déployant des actions de prospection commerciale offline et online pour générer de nouveaux acheteurs destinés à devenir des clients dans le cadre d'une relation commerciale durable

Élaborer des propositions commerciales complexes personnalisées en se positionnant en tant qu'expert(e) de la stratégie commerciale de l'entreprise pour satisfaire aux demandes spécifiques des acheteurs et clients actuels BtoB et BtoC en apportant une valeur ajoutée à leurs projets génératrice d'engagement vis-à-vis de l'entreprise, de ses marques, produits et services

Négocier des offres commerciales complexes avec les acheteurs et clients actuels BtoB et BtoC en appliquant des techniques de négociation respectueuses de la déontologie des affaires pour finaliser les ventes et atteindre les objectifs fixés par la direction

Traiter, en appui ou en relais de l'équipe de vente, les réclamations et/ou litiges complexes émis online et/ou offline en identifiant l'origine et la nature des situations problématiques auprès des différents acteurs et en mobilisant les techniques de négociation appropriées pour décider des solutions à apporter dans le respect du cadre réglementaire, de la déontologie des affaires et dans un esprit de conciliation préservant les intérêts respectifs des parties prenantes afin de réduire l'impact des contentieux sur les performances commerciales et de préserver la satisfaction client

Concevoir un tableau de bord de suivi de l'activité commerciale BtoB et BtoC en sélectionnant les indicateurs-clés de performance (KPI) adaptés aux priorités définies par la stratégie de développement commercial et en collectant les données commerciales au sein des sources de l'entreprise (CRM, logiciel de gestion commerciale, ERP, ...) pour évaluer la bonne exécution du plan d'action commercial, le niveau de réalisation des objectifs et repérer les écarts éventuels dans une logique d'amélioration continue de la performance commerciale

Rédiger un reporting commercial en synthétisant les résultats de l'analyse de l'efficacité des actions commerciales et en détaillant des propositions d'actions correctives et des opportunités de développement commercial à saisir pour rendre compte auprès de la direction de la performance de l'activité commerciale sur son périmètre d'activité et aider à la prise de décision

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle réalisée en présentiel ou à distance

Sur la base d'une étude de cas présentant le contexte et l'activité d'une entreprise fictive, le, la candidat(e) :

- élabore une stratégie de lead nurturing ciblant les attentes et besoins des publics-cibles
- identifie les leads SQL porteurs d'une intention ou d'un projet d'achat
- élabore une stratégie de prospection offline et online
- élabore une proposition commerciale complexe personnalisée
- traite une réclamation ou un litige complexe et propose des solutions de résolution

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle réalisée en présentiel ou à distance

Sur la base d'une étude de cas présentant le contexte et l'activité d'une entreprise fictive, et à l'aide d'un outil informatique, le, la candidat(e) :

- conçoit un tableau de bord de suivi de la performance commerciale
- analyse les résultats et propose des actions correctives
- produit un document de reporting de l'activité globale à l'attention de la direction de l'entreprise

Mise en situation professionnelle reconstituée orale individuelle sous forme d'un jeu de rôles, réalisée en présentiel ou à distance

Sur la base d'informations décrivant un contexte et une situation de négociation commerciale complexe, le, la candidat(e) joue le rôle d'un(e) responsable de développement commercial devant un jury de professionnel(le)s du métier visé par la certification jouant le rôle de clients BtoB ou BtoC potentiels ou actuels.

Durant sa prestation orale, le, la candidat(e) :

- identifie ses interlocuteurs et caractérise son environnement
- structure son argumentation
- négocie en s'appuyant sur des techniques identifiées
- répond aux objections
- propose des solutions alternatives
- propose une offre finale ajustée aux besoins spécifiques exprimés

Au cours de cette évaluation orale, le, la candidat(e) déploie une communication inclusive et adopte une posture professionnelle. Il, elle présente son argumentation avec assertivité.

RNCP38123BC03 — Animer le projet de développement commercial et assurer le suivi de l'expérience client

LISTE DE COMPÉTENCES

Constituer les équipes de travail internes et externes nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés en établissant une cartographie des besoins en compétences (hard skills) et aptitudes (soft skills) pour déployer le projet de développement commercial dans une logique de performance sociale et économique

Organiser en mode projet le travail des équipes mobilisées sur la mise en œuvre du projet de développement commercial en utilisant la méthode RACI et des outils collaboratifs agiles et inclusifs pour coordonner les compétences individuelles et collectives au service de l'atteinte des objectifs fixés dans une logique de coopération intégrative

Assurer une communication inclusive auprès des équipes internes et externes des nouvelles orientations stratégiques de la direction de l'entreprise en diffusant des informations et en animant des réunions aux formats adaptés à l'ensemble des acteurs du projet de développement commercial pour échanger sur les points d'évolutions et fédérer les parties prenantes dans une logique de mobilisation de l'intelligence collective

Organiser des challenges commerciaux ciblant les équipes internes et externes à l'aide de méthodes permettant une valorisation éthique de l'activité commerciale de l'entreprise pour déterminer qui est le, la meilleur(e) vendeur(deuse) afin de lui offrir des perspectives d'évolution de carrière et/ou une rémunération supplémentaire en fonction des résultats par produit, service ou secteur

Suivre les résultats des équipes internes et externes et les siens propres en s'appuyant sur l'analyse des indicateurs de performance qualitatifs et quantitatifs pour proposer des ajustements visant à atteindre les objectifs préalablement fixés dans une logique d'optimisation de la performance sociale et économique

Analyser le parcours d'achat du client BtoB et BtoC selon les points de contacts numériques et/ou physiques avec les produits et services de l'entreprise en utilisant les données marketing issues des outils de gestion de la relation client (CRM) pour proposer des offres adaptées à ses besoins et différenciantes par rapport à la concurrence afin de favoriser la création d'une relation de confiance

Analyser la satisfaction tout au long du parcours d'achat omnicanal du client BtoB et BtoC en utilisant des indicateurs de mesure de l'expérience client pour identifier les axes prioritaires de son optimisation afin de favoriser la fidélisation et de sécuriser le chiffre d'affaires de l'entreprise

Mettre en place des retours d'expérience à l'aide de méthodes permettant au client BtoB et BtoC de développer son engagement en tant qu'ambassadeur (business partner) de l'entreprise pour qu'il effectue une recommandation de l'offre de produits et services auprès de ses proches

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée individuelle réalisée en présentiel ou à distance : production d'un rapport écrit et soutenance orale

Production écrite

Sur la base d'un contexte de mise en œuvre d'un projet de développement commercial, le, la candidat(e) produit un document de synthèse comprenant :

- un diagnostic reposant sur une analyse de besoins en compétences pour la conduite du projet
- une proposition de constitution d'équipes
- un plan d'organisation du travail des équipes en mode projet
- un plan de communication opérationnelle auprès des équipes
- une proposition de challenge commercial ciblant les équipes
- une analyse de la performance commerciale des équipes et des préconisations

Soutenance orale

Le, la candidat(e) argumente oralement le document de synthèse produit en amont devant un jury de professionnel(le)s du métier visé par la certification et répond aux questions de ses membres.

Au cours de cette évaluation orale, le, la candidat(e) déploie une communication inclusive et adopte une posture professionnelle. Il, elle utilise les outils de présentation nécessaires à une compréhension claire et précise des éléments du rapport écrit. Il, elle présente son argumentation avec assertivité.

Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle réalisée en présentiel ou à distance

Sur la base d'une étude de cas présentant le contexte et l'activité d'une entreprise fictive, le, la candidat(e) :

- réalise une analyse d'un parcours d'achat d'un client BtoB ou BtoC
- propose des actions de personnalisation de l'offre produit ou service au regard des résultats de l'analyse
- propose un processus d'analyse de la satisfaction client

- propose un processus de collecte de retours d'expérience auprès des clients

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Nature des secteurs d'activités et des entreprises au sein desquels le(la) certifié(e) pourra être amené(e) à être recruté(e)

Le, la titulaire de la certification exerce son métier dans une très grande diversité de secteurs d'activités : commerce et distribution, banque et assurance, tourisme, services, industrie, immobilier ... Cette liste n'est pas exhaustive : en effet le, la Responsable du développement commercial se rencontrera dans tout secteur d'activité et toute entité (grandes entreprises et groupes, PME, PMI, TPE, collectivités, associations ...) ayant vocation à vendre des produits et services en BtoB et BtoC.

Taille des entreprises

Le, la titulaire de la certification exerce son métier au sein d'entreprises de taille très variable : cela va de la TPE à la très grande entreprise ou de grands groupes, en passant par des PME/PMI.

Mode d'organisation du travail

Le mode d'organisation du travail du, de la Responsable du développement commercial diffère selon le contexte de l'entreprise au sein de laquelle il, elle exerce son métier. Lorsque qu'il, elle exerce au sein d'une structure de taille modeste, il, elle agit souvent dans une logique de proximité directe avec le dirigeant de l'entreprise : son implication dans les décisions stratégiques peut s'avérer importante. Au sein d'une structure de taille importante ou très importante, il, elle est chargé(e) du déploiement opérationnel de la stratégie commerciale établie.

Responsabilité et autonomie des postes ciblés

Le, la titulaire de la certification exerce sa responsabilité de développement de la performance commerciale selon les décisions stratégiques de la Direction générale de l'entreprise et/ou de la Direction commerciale, en coordination avec le service marketing. Ces Directions constituent son autorité hiérarchique de tutelle, cependant il, elle aura des liens fonctionnels de proximité avec le service marketing.

Il, elle assure l'organisation et la mise en œuvre opérationnelles des décisions stratégiques de développement commercial prises en amont. Il, elle dispose pour cela d'une large autonomie sur le plan fonctionnel, en particulier pour l'élaboration et la conduite du plan d'action commercial déclinant la stratégie établie.

Il, elle a également la responsabilité de se positionner en tant que force de proposition auprès de sa hiérarchie : il, elle élabore des projets, rend compte des actions conduites et des résultats obtenus au regard des objectifs qui lui ont été fixés, en proposant le cas échéant des actions correctives.

En outre, le, la titulaire de la certification est amené(e) à diriger des équipes internes et externes qu'il, elle va mobiliser au service de l'atteinte des objectifs de développement commercial. Dans ce cadre, il, elle est le référent vers lequel les équipes se tournent lorsqu'une situation complexe se présente.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Business développer

Chargé(e) d'affaires

Chef(fe) de projet

Chef(fe) de secteur

Chef(fe) des ventes

Conseiller(ère) clientèle

Directeur(trice) des ventes

Ingénieur(e) commercial(e)

Responsable de secteur

Responsable de site / de point de vente

Responsable des ventes

Responsable du développement commercial

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)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le candidat doit être titulaire au minimum d'une certification professionnelle de niveau de qualification 5 inscrite au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) ou d'un diplôme équivalent ou d'un parcours de formation postérieur à un niveau de qualification 4 validé par le certificateur.

Dans le cas d'un diplôme étranger obtenu hors de l'Union Européenne, soit le projet du candidat est étudié par l'organisme Campus France sur dossier et entretien pour obtenir sa validation (le certificateur IPAC se réservant cependant le droit de demander des vérifications supplémentaires), soit le candidat fournit une attestation de comparabilité délivrée par le centre ENIC-NARIC France (organe de France Education International). Cette attestation établit une comparaison entre un diplôme étranger et les niveaux du cadre des certifications français et du cadre européen des certifications.

Dans le cas où le candidat ne disposerait pas des prérequis donnant accès à la certification visée, il a toutefois la possibilité de déposer un dossier de validation des acquis pédagogiques, professionnels et personnels en vue d'obtenir une dérogation. Toute demande de dérogation est étudiée par une commission placée sous l'autorité du certificateur IPAC.

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

Le jury de délivrance de la certification de Responsable du développement commercial est constitué de 4 personnes :

- Le, la directrice de l'organisme certificateur IPAC ou son représentant désigné
- Un, une responsable de filière : responsable pédagogique de la formation
- Un, une représentant(e)s professionnel(le) du secteur d'activité du métier visé par la certification
- Un, une représentant(e)s professionnel(le) du secteur d'activité du métier visé par la certification

Dans le fonctionnement concret du jury, les membres de jury disposent chacun, chacune d'un même poids dans la décision d'attribution, selon le principe « un homme, une voix ». Le, la président(e) du jury de certification est un(e) professionnel(le) en activité.

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	8 692 €
Selon la branche	6 000 € – 11 645 €
Prise en charge	Branches concernées
8 692 €	Valeur par défaut · 177 branches
11 645 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Travail Temporaire, CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Branche des organismes de formation
9 420 €	CPNE des Vins et Spiritueux, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes, CPNEFP des entreprises d'expédition et d'exportation de fruits et légumes
10 000 €	CPNE des exploitations frigorifiques, CPNEF du golf
9 590 €	CPN de la branche du Travail mécanique du bois, scieries, négoce et importation des bois, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
9 000 €	CPNEFP de la Restauration rapide, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
8 990 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Mutualité
8 697 €	CPNE Casinos, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
7 923 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
10 865 €	CPNE des Télécoms
9 027 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires
8 646 €	CPNEFP des métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 057 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 036 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
8 000 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
7 723 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	18/10/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/10/2026
Date de dernière délivrance possible	18/10/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	1557	10	92 %	50 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35754

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35754, RNCP36294, RNCP36395, RNCP36610, RNCP37075

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

IPAC

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38123/>

Où se former

Formations référencées	28
Organismes	7
Régions couvertes	4
Prix indicatif	600 € – 15 000 €
Durée	1060 – 1200 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	47
Organismes gestionnaires (CFA)	24
Organismes formateurs	33
Régions couvertes	11
Départements couverts	23
Organismes certifiés Qualiopi	33
Sessions	de 09/2025 à 09/2029

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	59
Parcours menés à terme	16
Taux d'achèvement	27 %
Période	12/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	74
Montant total engagé	175 220 €
Coût moyen par dossier	2 368 €
Durée moyenne	191 h
Période	11/2025 – 09/2026
France compétences	84 %
Reste à charge titulaire	7 %
OPCO	5 %
Entreprise	2 %
France Travail	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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