

Manager commercial clients grands comptes

RNCP38135 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312t
Formacode(s)	34572, 32154
Code(s) ROME	D1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/10/2023
Date d'échéance	18/10/2028

Certificateur(s)

NEOMA BUSINESS SCHOOL · SIRET : 83429535400015

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
NEOMA BUSINESS SCHOOL	83429535400015	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager commercial clients grands comptes conçoit et conduit la stratégie commerciale de développement de l'entreprise dédiées aux clients grands comptes.

Il développe le portefeuille de prospects et de clients grands-comptes, le chiffre d'affaires et la marge générée par ceux-ci. Il négocie les contrats avec les clients grands-comptes tout en veillant au développement de relation durable avec ceux-ci. Il est chargé de fournir des informations précises sur les opportunités de vente et de croissance, sur l'activité de la concurrence, d'en assurer l'analyse et de faire des reporting à la Direction. Il peut aussi avoir des fonctions d'animation ou management d'équipes de vente et/ou être également en charge d'autres typologies de clients revendeurs, PME , ETI.

ACTIVITÉS VISÉES

Activité 1 : Analyse des marchés et des clients

Activité 2 : Construction des plans de développement

Activité 3 : Mise en place des tableaux de bord commerciaux et suivi client

Activité

4 : Vente des idées à ses interlocuteurs

Activité 5 :

Réalisation d'une action commerciale collaborative

Activité 6 : Préparation de la négociation

Activité 7 : Conduite de la négociation

Activité 8 : Gestion des équipes (internes et équipes clients)

Activité 9: Leadership d'entreprise / d'équipe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- C1. Evaluer les résultats d'un client, d'un concurrent ou d'un marché, en mettant en place un système de veille marketing et organisationnelle interne et externe et une procédure d'analyse des données afin d'évaluer leur potentiel.
- C2. Identifier le business model de l'entreprise cliente en réalisant une lecture de leurs états financiers et en identifiant leurs stratégies RSE ainsi que leurs opportunités de développement afin d'identifier des opportunités stratégiques.
- C3. Elaborer un plan d'action commercial en identifiant les cibles de prospection prioritaires, en définissant le type d'action à mener, soit en direct soit en activant son réseau de partenaires (franchisés, distributeurs, etc.), et en définissant l'organisation à adopter (attribution des tâches, cadencement des actions) afin de développer son marché.
- C4. Elaborer un plan d'action client en s'appuyant sur les opportunités stratégiques identifiées, en ciblant les bons interlocuteurs et en utilisant les moyens et ressources adaptés afin d'engager les conversations commerciales.
- C5. Mettre en place un plan de progrès en définissant des indicateurs d'activité et de performance par tâche (prospection, vente, négociation, fidélisation) afin d'établir les tableaux de bord de suivi commercial.
- C6. Mettre en place le suivi de la satisfaction client en automatisant le retour client de manière quantitative (NPS, etc.) et en menant des entretiens qualitatifs afin de mener des plans d'action correctifs.
- C7. Réaliser des entretiens avant vente et des entretiens commerciaux en utilisant des méthodes d'écoute et de compréhension adaptées aux besoins du client afin d'identifier les besoins, les objectifs ainsi que les acteurs clés décisionnaires du client sur un projet.
- C8. Argumenter des offres de valeur en utilisant les techniques de story-telling, en détaillant leurs caractéristiques et en présentant les cas clients afin de susciter un engagement d'approfondissement sur son innovation et/ou ses points de différenciation.
- C9. Répondre à des appels d'offre en élaborant des propositions commerciales avec l'équipe qu'il pilote et en proposant des solutions adéquates au client afin de remporter le marché/l'affaire.
- C10. Défendre la proposition commerciale devant un jury clients en préparant les supports de présentation, en organisant son équipe de soutien sur la prise de parole selon les thématiques et en mettant en avant de façon convaincante et interactive son argumentaire afin de focaliser la présentation sur les objectifs du client.
- C11. Présenter la proposition financière de l'offre adéquate au client en argumentant la proposition de valeur liées aux indicateurs financiers de son client possibles afin de défendre sa marge et de l'engager rapidement.
- C12. Etablir des scénarios de compromis en réalisant des zones d'accord possibles (ZAPO) et des matrices concessions contreparties afin de rester proactif dans la discussion.
- C13. Mener une négociation avec des professionnels, notamment des directions achats, en défendant ses intérêts, en obtenant des contreparties, en prenant en compte le droit applicable ainsi que les spécificités culturelles de son interlocuteur afin de maximiser les possibilités d'un accord fructueux.
- C14. Gérer les situations complexes dans le cadre d'une négociation en identifiant les potentielles difficultés et leurs sources, en levant les objections, en pratiquant l'écoute active et en utilisant des techniques d'assertivité, de gestion de ses émotions et de résolution de conflit afin que la négociation se déroule le mieux possible.
- C15. Accompagner les équipes projet transverses en mettant en œuvre les leviers du support commercial (partage de bonnes pratiques, feedback, leadership et initiative commerciale), en participant au développement des compétences commerciales des membres des équipes afin de développer l'excellence commerciale dans son équipe.
- C16. Piloter des équipes commerciales en direct (lien hiérarchique) ou indirect (équipes clients) en analysant les données de tableaux de bord et notamment CRM afin de manager les plans d'action et d'identifier les opportunités d'amélioration de pratiques et de performance commerciale.
- C17. Animer un groupe en mettant en place les protocoles et techniques créatives de design thinking et de codev afin de favoriser l'intelligence collective et partager des plans d'action commerciaux pertinents.
- C18. Mobiliser un collectif en adoptant des techniques et une posture de leadership, en prenant en compte la diversité des membres de ses équipes (situations de handicap, interculturalité, etc.) dans le respect des règles d'éthique afin de créer une ambiance de travail sereine.

Blocs de compétences

RNCP38135BC01 — Définir une stratégie de développement avec les clients grands comptes

LISTE DE COMPÉTENCES

Evaluer les résultats d'un client, d'un concurrent ou d'un marché, en mettant en place un système de veille marketing et organisationnelle interne et externe et une procédure d'analyse des données afin d'évaluer leur potentiel.

Identifier le business model de l'entreprise cliente en réalisant une lecture de leurs états financiers et en identifiant leurs stratégies RSE ainsi que leurs opportunités de développement afin d'identifier des opportunités stratégiques.
Elaborer un plan d'action commercial en identifiant les cibles de prospection prioritaires, en définissant le type d'action à mener, soit en direct soit en activant son réseau de partenaires (franchisés, distributeurs, etc.), et en définissant l'organisation à adopter (attribution des tâches, cadencement des actions) afin de développer son marché
Elaborer un plan d'action client en s'appuyant sur les opportunités stratégiques identifiées, en ciblant les bons interlocuteurs et en utilisant les moyens et ressources adaptés afin d'engager les conversations commerciales
Mettre en place un plan de progrès en définissant des indicateurs d'activité et de performance par tâche (prospection, vente, négociation, fidélisation) afin d'établir les tableaux de bord de suivi commercial
Mettre en place le suivi de la satisfaction client en automatisant le retour client de manière quantitative (NPS, etc.) et en menant des entretiens qualitatifs afin de mener des plans d'action correctifs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jeu de rôle

Le candidat doit analyser une entreprise et son secteur, mener un diagnostic stratégique complet et analyser les options stratégiques les plus pertinentes.

Evaluation orale en groupe avec notation individuelle

Etude de cas

Le candidat remet un dossier d'une revue de compte stratégique sur une entreprise de son choix et démontre sa compréhension de son business model, de ses enjeux stratégiques du compte dont les enjeux RSE et les opportunités de croissance pour un fournisseur.

Travail de groupe et soutenance orale individualisée

Etude de cas

Le candidat doit déterminer la meilleure stratégie de développement sur un nouveau pays à travers différentes possibilités : création de filiale, sous-traitance, franchise ...

Evaluation de groupe avec présentation orale

Mise en situation professionnelle

Dans le cadre d'une étude de cas sur un projet de vente complexe, le candidat doit identifier les décideurs clé et mettre en place des stratégies d'approche incluant les réseaux sociaux.

Evaluation individuelle écrite

Mise en situation professionnelle

Le candidat met en place des outils de suivi commercial et client :

- A partir d'un portefeuille client potentiel, le candidat segmente le portefeuille client et définit ses priorités en termes de fidélisation client et de plan d'action sur la satisfaction client
- Le candidat établit une stratégie de priorisation et de recueil de données, analyse les tableaux de bords de résultats commerciaux et propose des actions correctives à mettre en place

Evaluation écrite et individuelle

RNCP38135BC02 — Conduire une vente complexe de haut niveau

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser des entretiens avant vente et des entretiens commerciaux en utilisant des méthodes d'écoute et de compréhension adaptées aux besoins du client afin d'identifier les besoins, les objectifs ainsi que les acteurs clés décisionnaires du client sur un projet

Argumenter des offres de valeur en utilisant les techniques de story-telling, en détaillant leurs caractéristiques et en présentant les cas clients afin de susciter un engagement d'approfondissement sur son innovation et/ou ses points de différenciation

Répondre à des appels d'offre en élaborant des propositions commerciales avec l'équipe qu'il pilote et en proposant des solutions adéquates au client afin de remporter le marché/l'affaire.

Défendre la proposition commerciale devant un jury clients en préparant les supports de présentation, en organisant son équipe de soutenance sur la prise de parole selon les thématiques et en mettant en avant de façon convaincante et interactive son argumentaire afin de focaliser la présentation sur les objectifs du client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Le candidat est mis en situation de fournisseur face à un ou un groupe d'interlocuteurs du client, dans des contextes différents (seul ou en concurrence, renouvellement ou vente d'innovation ...), et doit réaliser des entretiens de vente.

Epreuve en binôme avec évaluation orale individualisée

Mise en situation professionnelle

Le candidat doit décrire son offre commerciale sous forme de « pitch » en moins de 2 minutes ou simuler le démarrage d'une prise de parole devant un grand groupe de décideurs en mode présentation.

Evaluation orale individuelle

Etude de cas

Le candidat suit le processus commercial depuis le premier contact avec un client, aux entretiens avant-vente avec d'autres interlocuteurs, jusqu'à l'élaboration de la proposition commerciale et sa présentation au client.

Epreuve orale en groupe avec évaluation individualisée

RNCP38135BC03 — Négocier avec les clients grands comptes

LISTE DE COMPÉTENCES

Présenter la proposition financière de l'offre adéquate au client en argumentant la proposition de valeur liées aux indicateurs financiers de son client possibles afin de défendre sa marge et de l'engager rapidement.

Etablir des scénarios de compromis en réalisant des zones d'accord possibles (ZAPO) et des matrices concessions contreparties afin de rester proactif dans la discussion.

Mener une négociation avec des professionnels, notamment des directions achats, en défendant ses intérêts, en obtenant des contreparties, en prenant en compte le droit applicable ainsi que les spécificités culturelles de son interlocuteur afin de maximiser les possibilités d'un accord fructueux.

Gérer les situations complexes dans le cadre d'une négociation en identifiant les potentielles difficultés et leurs sources, en levant les objections, en pratiquant l'écoute active et en utilisant des techniques d'assertivité, de gestion de ses émotions et de résolution de conflit afin que la négociation se déroule le mieux possible.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

Le candidat doit calculer la valeur économique de son offre et la présenter avec des indicateurs financiers adaptés à son client (Retour sur investissement, cout total de possession, gain de productivité en ETP ...)

Présentation orale en groupe à partir du travail écrit avec évaluation individualisée

Mise en situation professionnelle – jeu de rôle

Sur des scénarii différents par type de client, par profil d'acheteur, par profil culturel, etc., le candidat doit par son écoute et son discours amener son interlocuteur à accepter des solutions de compromis.

Epreuve orale en binôme avec évaluation individualisée

RNCP38135BC04 — Coordonner des équipes projet transverses et commerciales

LISTE DE COMPÉTENCES

Accompagner les équipes projet transverses en mettant en œuvre les leviers du support commercial (partage de bonnes pratiques, feedback, leadership et initiative commerciale), en participant au développement des compétences commerciales des membres des équipes afin de développer l'excellence commerciale dans son équipe.

Piloter des équipes commerciales en direct (lien hiérarchique) ou indirect (équipes clients) en analysant les données de tableaux de bord et notamment CRM afin de manager les plans d'action et d'identifier les opportunités d'amélioration de pratiques et de performance commerciale.

Animer un groupe en mettant en place les protocoles et techniques créatives de design thinking et de codev afin de favoriser l'intelligence collective et partager des plans d'action commerciaux pertinents.

Mobiliser un collectif en adoptant des techniques et une posture de leadership, en prenant en compte la diversité des membres de ses équipes (situations de handicap, interculturalité, etc.) dans le respect des règles d'éthique afin de créer une ambiance de travail sereine.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique

A partir d'un cas d'usage, le candidat propose des solutions, produits, services ou expérience à forte valeur ajoutée en utilisant la méthodologie Design Thinking.

Epreuve en groupe avec évaluation individualisée

Mise en situation professionnelle (

Le candidat est mis en situation de leadership (résolution de problème, prise de décision sous tension, organisation du travail en équipe, etc.) avec son groupe.

Chaque exercice fait l'objet d'une rétroaction et d'un feedback collectif.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier s'exerce généralement dans des entreprises (industrielles ou commerciales, sociétés de services) de toutes tailles souhaitant se développer commercialement au niveau régional, national ou international.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Manager commercial clients grands comptes incluent :

- Business Developer Grands Comptes / Business Development Representative
- Key Account Manager / Account manager / Account executive / Global account manager
- Directeur Commercial / Directeur Commercial Grands Comptes / Directeur du Développement des Grands Comptes
- Ingénieurs d'affaires/ Ingénieurs commercial
- Responsable du Développement Commercial Grands Comptes / Gestionnaire de Compte Commercial Grands Comptes

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Non applicable

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)	3 049 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	28 193
Jugés difficiles à recruter	37 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au dispositif de certification, y compris par la voie de la VAE, les candidats doivent être titulaires d'une certification de niveau 6 de qualification ou inférieur, ou un titre validant 240 crédits ECTS, avec 3 ans d'expérience minimum (post diplôme hors stage et alternance).

L'inscription se fait après examen du dossier et entretien de recevabilité.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Ce titre est accessible en VAE pour toute personne, quels que soient son âge ou son statut professionnel. Le dispositif est ouvert à toute expérience permettant l'acquisition de compétences directement liées à la certification visée (titre inscrit au RNCP : Répertoire National des Certifications Professionnelles). Néanmoins, un minimum de 5 ans d'expérience est fortement recommandé (post diplôme hors stage et alternance). L'inscription se fait après examen du dossier et entretien de recevabilité.

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

Le jury de validation de la certification est composé du Président du jury et de 3 personnes ne prenant pas part à la formation des candidats et en respectant la parité homme/femme :

- Dont 1 membre dépendant de l'organisme (un enseignant)
- Dont 2 membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de validation de la certification est composé du Président du jury et de 3 personnes ne prenant pas part à la formation / l'accompagnement des candidats et en respectant la parité homme/femme :

- Dont 1 membre dépendant de l'organisme (un enseignant)
- Dont 2 membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel.

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	9 350 €
Selon la branche	7 000 € – 9 996 €
Prise en charge	Branches concernées
9 350 €	Valeur par défaut · 169 branches
9 996 €	CPNE Casinos, CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE autoroutes, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
8 500 €	CPNE des MFR, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE des Vins et Spiritueux, CPNE des centres de gestion agréés et habilités agricoles, CPNEFP Transformation Laitière
9 992 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Mutualité
9 901 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
9 556 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 000 €	CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
9 300 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
9 055 €	CPNEFP Habillement succursaliste
9 000 €	CPNE Banque
8 911 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
8 824 €	CPNEFP des métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 711 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 400 €	CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
8 300 €	CNPE des sociétés financières
8 237 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
8 195 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
7 700 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
7 550 €	CPNEFP Commerce à distance

Base légale

Date de décision	18/10/2023
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/10/2028
Date de dernière délivrance possible	18/10/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	134	0	90 %	80 %
2021	110	0	94 %	96 %
2020	77	0	80 %	92 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP17837

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP17837, RNCP34994, RNCP36149, RNCP36607, RS5444, RS6169

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://neoma-bs.fr/formations/msc-business-development-et-clients-grands-comptes-titre-rncp-niveau-7-fr/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38135/>

Où se former

Formations référencées	8
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	4 625 € – 18 500 €

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

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	78
Parcours menés à terme	77
Taux d'achèvement	99 %
Période	05/2024 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	88
Montant total engagé	341 337 €
Coût moyen par dossier	3 879 €
Durée moyenne	130 h
Période	04/2024 – 09/2026
France compétences	59 %
Entreprise	22 %
Reste à charge titulaire	17 %
OPCO	1 %
France Travail	0 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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