

Responsable du développement commercial

RNCP38505 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34572, 34085
Code(s) ROME	D1406, D1402, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	21/12/2023
Date d'échéance	21/12/2026

Certificateur(s)

ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION · SIRET : 33037752400047

Partenaires habilités

182 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 182 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
3T DEVELOPPEMENT	82367303300036	Former et organiser l'évaluation
ADESA	39333773800065	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE ACADEMY	44883533000037	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE ALSACE	88803859300032	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200055	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AZUR	49301662000020	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AZUR	49301662000061	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AZUR	49301662000079	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AZUR	49301662000087	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 182 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38505-responsable-du-developpement-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable du Développement Commercial est un acteur du développement stratégique et de la croissance de l'entreprise. Par conséquent, l'objectif de la certification est de permettre aux candidats de développer une vision opérationnelle des activités de la société et de les articuler sur les dimensions développements et commerciales. L'hybridation et l'élargissement des compétences dans ce secteur conduisent

le Responsable du Développement Commercial à exercer une fonction essentielle de chef de projet et de chef d'orchestre capable de faire collaborer des services fonctionnels et transverses au service de la croissance de

l'entreprise, du client et de sa satisfaction. Les attentes en matière de relation client ont ainsi fait évoluer le responsable commercial en un acteur du suivi global du développement commercial, des ventes, de la relation et de l'expérience client dans un contexte caractérisé par

- La transformation digitale, impactant les processus commerciaux et la relation client.
- La nécessité d'unifier la démarche commerciale et ses liens avec la démarche marketing dans une fonction cohérente spécifiquement dédiée au développement commercial et à la valorisation des actifs de l'entreprise.
- L'élargissement des fonctions à l'ensemble de la relation et de l'expérience client, ainsi qu'à l'évolution du modèle managérial.

ACTIVITÉS VISÉES

Elaboration de la stratégie opérationnelle de développement commercial et marketing omnicanal d'un domaine d'activité stratégique en France et/ou à l'international

Conception et présentation du plan d'action commercial et marketing de l'activité en France et ou à l'international

Optimisation continue du business plan et des éléments de suivi du plan d'action commercial

Mise en œuvre de la stratégie commerciale, RSE et marketing de l'entité d'une entreprise en France et ou à l'international

Organisation et planification de l'activité commerciale de l'entité d'une entreprise

Pilotage de l'activité commerciale

Suivi de la relation client

Suivi financier de l'activité commerciale

Gestion des ressources humaines d'une équipe commerciale

Coordination et gestion des équipes

Collaboration avec une équipe diversifiée en réduisant l'impact environnemental.

Evaluation continue de l'efficacité de la stratégie marketing digitale fondée sur l'innovation

Participation à l'élaboration de nouveaux processus, idées, produits/services en mode agile

Mise en place d'actions de communication relevant du marketing de l'innovation, intégrant les dimensions sociétales et environnementales

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser une analyse de son marché au moyen d'un diagnostic stratégique et d'une veille stratégique afin d'identifier les forces, faiblesses ainsi que les opportunités et menaces de son/ses domaine(s) d'activité.

Identifier les parties prenantes internes et externes en réalisant un recensement systématique des acteurs clés sur l'activité commerciale afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité économique et commerciale de son périmètre.

Hierarchiser les cibles en tenant compte des volumes et de la rentabilité afin de prioriser les actions à mettre en œuvre.

Définir les objectifs du plan de développement commercial en prenant en compte les objectifs stratégiques, les moyens mis à disposition et l'horizon temporel du développement attendu afin de structurer le cadre opérationnel du business plan.

Planifier les différentes actions à mettre en œuvre en respectant les contraintes financières, techniques et humaines nécessaires pour atteindre les objectifs fixés au terme du plan.

Présenter le plan de stratégie commerciale et marketing de son périmètre au moyen d'un dossier construit dans l'objectif d'obtenir une validation des moyens financiers nécessaires et humains pour mettre en œuvre la stratégie commerciale et son plan d'action associé.

Réaliser une veille concurrentielle, commerciale, technique et technologique continue en recoupant divers flux et canaux d'informations afin de disposer d'une analyse permanente et pertinente de l'environnement concurrentiel de son périmètre et relayer l'information auprès de la direction.

Proposer les ajustements du plan de stratégie commerciale en tenant compte de la veille et des niveaux de réalisation des objectifs dans le but d'assurer la cohérence entre la stratégie, les moyens et les résultats et soumettre ces propositions à la direction.

S'approprier le discours commercial et les supports de vente en fonction des évolutions du produit afin de promouvoir l'image et la notoriété de l'entreprise dans le cadre de présentations commerciales.

Concevoir un plan de prospection commerciale ciblé à partir des objectifs et des moyens afin d'atteindre les niveaux d'objectifs validés dans le cadre de la stratégie commerciale et marketing de son périmètre.

Réaliser un plan d'action commercial au moyen d'une analyse de marché afin d'atteindre les objectifs commerciaux validés dans le cadre de la stratégie commerciale de l'entité d'une entreprise.

Organiser le développement ciblé d'un portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client de l'entreprise afin d'identifier des prospects.

Réaliser un entretien commercial adapté au contexte en respectant la trame commerciale de son entreprise afin d'élaborer une proposition commerciale chiffrée et complète correspondant aux besoins du client.

Formaliser une proposition commerciale chiffrée et complète, en accord avec la stratégie commerciale et le positionnement de l'entreprise au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin de répondre aux besoins du client.

Mener les négociations de vente au moyen des techniques adaptées afin d'ajuster une proposition commerciale aux besoins du client.

Optimiser la gestion de la relation client au moyen des outils de management commercial mis à disposition par l'entreprise afin de satisfaire les clients, créer de la valeur et générer de la marge.

Gérer les réclamations/litiges au moyen d'outils adaptés afin de renforcer la relation client et assurer la fidélisation client.

Concevoir un budget commercial au moyen d'outils adaptés et à partir d'hypothèses en matière de prix de vente et marge afin de structurer l'activité commerciale et les actions à déployer.

Piloter le budget commercial au moyen d'indicateurs de performance clé (KPI) et de tableaux de bord afin de suivre et évaluer l'évolution de la trajectoire commerciale.

Participer aux activités de recrutement du personnel en collaborant avec le service RH afin d'aligner ses actions avec la politique RH, les objectifs fixés, les règles de droit et les règles de fonctionnement internes de l'entreprise.

Coordonner la répartition des tâches d'une équipe commerciale au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés

Développer les compétences et niveau de formation de son équipe en lien avec le service RH en communiquant la stratégie à adopter et en contrôlant régulièrement les résultats et l'utilisation des moyens techniques mobilisés afin de soutenir le développement de l'activité

Accompagner individuellement les membres de l'équipe en partant des besoins et objectifs du groupe afin d'optimiser la performance collective et la qualité des relations internes.

Animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe.

Communiquer sur les réseaux professionnels et d'affaires en créant et relayant de l'information dans le but de promouvoir l'entreprise, conforter son image et développer le portefeuille clients.

Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de son équipe en réévaluant la performance opérationnelle au regard des moyens et du contexte afin de proposer des plans d'optimisation.

Contrôler la performance de l'équipe au moyen de suivi d'indicateurs afin de maintenir une qualité de service optimum.

Gérer les équipes en tenant compte de la diversité et des situations de handicap dans l'objectif de créer un environnement de travail inclusif et une cohésion d'équipe.

Impulser des évolutions et innovations de développement commercial et marketing créatives et originales en faisant remonter des informations du terrain afin de contribuer à l'émergence de projets innovants, agiles et créateurs de valeur.

Mettre en œuvre une méthode de gestion de projet d'affaires agile à l'aide d'outils de gestion de projet mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser le travail collaboratif, la circulation de l'information interne et l'avancement des projets.

Coopérer avec les fonctions transverses /support en partageant de l'information et remontant les problématiques issues du terrain afin d'optimiser la mise en œuvre des projets innovants.

Présenter les projets de développement d'affaires innovants de l'entreprise en les défendant auprès de la direction commerciale et marketing afin de répondre aux besoins de l'activité commerciale.

Intégrer la stratégie RSE dans les actions de communication de l'innovation commerciale et marketing en s'appuyant sur les valeurs sociétales et environnementales de l'entité afin de renforcer l'image de l'entreprise et son impact.

Mettre en œuvre la stratégie marketing digital d'une entreprise en utilisant les innovations en matière de IA/DATA afin d'accroître la visibilité, la notoriété de l'entreprise et augmenter les ventes.

Mesurer l'efficacité de communication de l'innovation au moyen d'indicateurs afin d'évaluer l'impact des actions de communication des projets d'innovation auprès des cibles.

Blocs de compétences

RNCP38505BC01 — Définir la stratégie opérationnelle de développement commercial d'une entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une analyse de son marché au moyen d'un diagnostic stratégique et d'une veille stratégique afin d'identifier les forces, faiblesses ainsi que les opportunités et menaces de son/ses domaine(s) d'activité.

Identifier les parties prenantes internes et externes en réalisant un recensement systématique des acteurs clés sur l'activité commerciale afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité économique et commerciale de son périmètre.

Hiérarchiser les cibles en tenant compte des volumes et de la rentabilité afin de prioriser les actions à mettre en œuvre.

Définir les objectifs du plan de développement commercial en prenant en compte les objectifs stratégiques, les moyens mis à disposition et l'horizon temporel du développement attendu afin de structurer le cadre opérationnel du business plan.

Planifier les différentes actions à mettre en œuvre en respectant les contraintes financières, techniques et humaines nécessaires pour atteindre les objectifs fixés au terme du plan.

Présenter le plan de stratégie commerciale et marketing de son périmètre au moyen d'un dossier construit dans l'objectif d'obtenir une validation des moyens financiers nécessaires et humains pour mettre en œuvre la stratégie commerciale et son plan d'action associé.

Réaliser une veille concurrentielle, commerciale, technique et technologique continue en recoupant divers flux et canaux d'informations afin de disposer d'une analyse permanente et pertinente de l'environnement concurrentiel de son périmètre et relayer l'information auprès de la direction.

Proposer les ajustements du plan de stratégie commerciale en tenant compte de la veille et des niveaux de réalisation des objectifs dans le but d'assurer la cohérence entre la stratégie, les moyens et les résultats et soumettre ces propositions à la direction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité d'évaluation : Mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée.

Projet fil rouge impliquant une entreprise partenaire fictive ou réelle de tous secteurs et de toutes tailles, existantes ou en cours de création.

Les candidats se positionnent en tant que consultant en stratégie de développement commercial.

Ils reçoivent un brief sur le contexte de l'entreprise et les données afférentes à son marché et son environnement et doivent mener l'analyse du marché concerné et de son potentiel.

Les candidats élaborent et formalisent en équipe et par écrit un plan de stratégie opérationnelle d'entreprise.

Les candidats sont évalués collectivement sur le livrable produit, puis individuellement, au cours d'une soutenance orale. Le candidat présente, contextualise et argumente son plan de stratégie opérationnel.

RNCP38505BC02 — Déployer le plan de développement commercial d'une entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

S'approprier le discours commercial et les supports de vente en fonction des évolutions du produit afin de promouvoir l'image et la notoriété de l'entreprise dans le cadre de présentations commerciales.

Concevoir un plan de prospection commerciale ciblé à partir des objectifs et des moyens afin d'atteindre les niveaux d'objectifs validés dans le cadre de la stratégie commerciale et marketing de son périmètre.

Réaliser un plan d'action commercial au moyen d'une analyse de marché afin d'atteindre les objectifs commerciaux validés dans le cadre de la stratégie commerciale de l'entité d'une entreprise.

Organiser le développement ciblé d'un portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client de l'entreprise afin d'identifier des prospects.

Réaliser un entretien commercial adapté au contexte en respectant la trame commerciale de son entreprise afin d'élaborer une proposition commerciale chiffrée et complète correspondant aux besoins du client.

Formaliser une proposition commerciale chiffrée et complète, en accord avec la stratégie commerciale et le positionnement de l'entreprise au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin de répondre aux besoins du client.

Mener les négociations de vente au moyen des techniques adaptées afin d'ajuster une proposition commerciale aux besoins du client.

Optimiser la gestion de la relation client au moyen des outils de management commercial mis à disposition par

l'entreprise afin de satisfaire les clients, créer de la valeur et générer de la marge.

Gérer les réclamations/litiges au moyen d'outils adaptés afin de renforcer la relation client et assurer la fidélisation client.

Concevoir un budget commercial au moyen d'outils adaptés et à partir d'hypothèses en matière de prix de vente et marge afin de structurer l'activité commerciale et les actions à déployer.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée.

Projet fil rouge impliquant une entreprise partenaire fictive ou réelle de tous secteurs et de toutes tailles, existantes ou en cours de création.

Les candidats se positionnent en tant que consultant en stratégie de développement commercial.

Ils reçoivent un brief sur le contexte de l'entreprise et les données afférentes à son marché et son environnement

Les candidats réalisent un projet de mise en place des actions de promotion de la stratégie commerciale et marketing incluant le déploiement de l'organisation et son pilotage, dans le respect de la politique RSE de l'entreprise.

Les candidats conçoivent et déploient un plan de prospection en adéquation avec les outils et supports de vente et définissent le plan de l'activité commerciale afin d'atteindre les objectifs de ventes et développer le portefeuille commercial.

Remise d'un dossier écrit en groupe soutenu individuellement à l'oral

Partie 1 : Définition du plan d'action commercial et des objectifs à atteindre ;

Partie 2 : Elaboration du budget commercial et des indicateurs de pilotage ;

Partie 3 : Conception du plan de prospection et mise en œuvre des modalités de déploiement ;

Partie 4 : Déploiement et optimisation du processus de gestion de la relation client.

Jeu de rôle

À partir d'un ou plusieurs scénarii de situation commerciale, le candidat conduit un entretien découverte du client et qualification du besoin afin d'aboutir à une proposition commerciale.

Les candidats sont évalués collectivement sur le livrable produit, puis individuellement, au cours d'une soutenance orale. Le candidat présente, contextualise et argumente son plan de stratégie opérationnel

Business Game

Mise en situation de négociation face à des interlocuteurs de différents profils clients et différents niveaux de besoins.

RNCP38505BC03 — Manager les équipes commerciales et fonctionnelles d'une entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer aux activités de recrutement du personnel en collaborant avec le service RH afin d'aligner ses actions avec la politique RH, les objectifs fixés, les règles de droit et les règles de fonctionnement internes de l'entreprise.

Coordonner la répartition des tâches d'une équipe commerciale au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés

Développer les compétences et niveau de formation de son équipe en lien avec le service RH en communiquant la stratégie à adopter et en contrôlant régulièrement les résultats et l'utilisation des moyens techniques mobilisés afin de soutenir le développement de l'activité

Accompagner individuellement les membres de l'équipe en partant des besoins et objectifs du groupe afin d'optimiser la performance collective et la qualité des relations internes.

Animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe.

Communiquer sur les réseaux professionnels et d'affaires en créant et relayant de l'information dans le but de promouvoir l'entreprise, conforter son image et développer le portefeuille clients.

Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de son équipe en réévaluant la performance opérationnelle au regard des moyens et du contexte afin de proposer des plans d'optimisation.

Contrôler la performance de l'équipe au moyen de suivi d'indicateurs afin de maintenir une qualité de service optimum.

Gérer les équipes en tenant compte de la diversité et des situations de handicap dans l'objectif de créer un environnement de travail inclusif et une cohésion d'équipe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation par le biais de jeux de rôles et d'une étude de cas individuelle dont le sujet est reconstitué à partir de données fictives et de situations réelles alimentées par les retours d'expériences des intervenants et les témoignages des apprentis du bloc.

L'épreuve comporte une simulation d'entretien de recrutement sous forme d'un jeu de rôle et un dossier constitué de trois parties :

Partie 1 :

Bilan du jeu de rôle et démarche globale du recrutement et justification des choix opérés.

Partie 2 : Plan de développement des compétences et du niveau de formation.

Partie 3 : Exemples de publications sur les réseaux professionnels.

Jeu de rôle en groupe sur mise en situation professionnelle reconstituée. Le candidat prépare et anime une réunion d'équipe commerciale au moyen d'un outil de présentation.

Remise d'un document écrit synthétique de la simulation présentant les membres de l'équipe, un plan d'accompagnement de l'équipe et de contrôle des performances ainsi que les préconisations individuelles concernant un membre de l'équipe.

RNCP38505BC04 — Contribuer à l'innovation commerciale d'une entreprise en mode agile

LISTE DE COMPÉTENCES

Impulser des évolutions et innovations de développement commercial et marketing créatives et originales en faisant remonter des informations du terrain afin de contribuer à l'émergence de projets innovants, agiles et créateurs de valeur.

Mettre en œuvre une méthode de gestion de projet d'affaires agile à l'aide d'outils de gestion de projet mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser le travail collaboratif, la circulation de l'information interne et l'avancement des projets.

Coopérer avec les fonctions transverses /support en partageant de l'information et remontant les problématiques issues du terrain afin d'optimiser la mise en œuvre des projets innovants.

Présenter les projets de développement d'affaires innovants de l'entreprise en les défendant auprès de la direction commerciale et marketing afin de répondre aux besoins de l'activité commerciale.

Intégrer la stratégie RSE dans les actions de communication de l'innovation commerciale et marketing en s'appuyant sur les valeurs sociétales et environnementales de l'entité afin de renforcer l'image de l'entreprise et son impact.

Mettre en œuvre la stratégie marketing digital d'une entreprise en utilisant les innovations en matière de IA/DATA afin d'accroître la visibilité, la notoriété de l'entreprise et augmenter les ventes.

Mesurer l'efficacité de communication de l'innovation au moyen d'indicateurs afin d'évaluer l'impact des actions de communication des projets d'innovation auprès des cibles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Réalisation d'un dossier individuel écrit sur la base d'une mise en situation réelle/reconstituée suivi d'une soutenance orale sous forme d'un pitch.

Partie 1 : collecte des informations marchés et des retours terrain.

Partie 2 : formalisation des projets d'innovation et d'optimisation.

Partie 3 : démonstration chiffrée et argumentée de la valeur ajoutée créée par les projets tant d'un point de vue commercial, sociétal et environnemental.

Cette 3ème partie est présentée lors d'une soutenance orale :

Le candidat présente auprès de la direction ses arguments pour mettre en place ses projets d'innovations commerciales.

Évaluation par le biais d'une étude de cas pratique de communication omnicanale en groupe suivie d'une soutenance individuelle.

Les candidats proposent un projet d'innovation aligné avec le projet RSE de l'entreprise et au service de ce dernier.

Ils mettent en œuvre la communication et la stratégie marketing digital associée dans le cadre d'une action de sensibilisation à mener sur un public déterminé (collaborateurs, clients, partenaires...).

Le candidat produit un support de soutenance qui utilise des formats dynamiques (Podcast, LinkedIn live...).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable du Développement Commercial est un acteur stratégique du développement et de la croissance de l'entreprise. Exerçant dans un environnement de travail en constante évolution, la fonction commerciale dans son ensemble est caractérisée par une dynamique d'élargissement de son champ de compétences initial principalement occasionnée par la transformation digitale croissante des processus métiers, des entreprises. L'hybridation et

l'élargissement des compétences dans ce secteur conduisent le Responsable du Développement Commercial à exercer une fonction essentielle de chef de projet et d'orchestre capable de faire collaborer des services fonctionnels et transverses au service de la croissance de l'entreprise, du client et de sa satisfaction dans toutes les dimensions de l'expérience client. Le responsable du développement commercial exerce dans tous types de secteurs et de tailles d'entreprise avec une forte représentation en PME et ETI.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les types d'emplois visés par le projet de renouvellement sont les suivants :

- Responsable du Développement Commercial
- Responsable commercial/marketing / de comptes, de comptes-clés
- Responsable succès et expérience client
- Conseiller commercial/ Attaché commercial
- Chef de projet commercial/marketing/ business analytics
- Développeur commercial/international/export

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

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)	2 935 €
Familles professionnelles (FAP)	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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	30 976
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés 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

Les prérequis à l'entrée en formation sont les suivants :

- - Soit être titulaire du Baccalauréat (Diplôme de niveau 4 quelle que soit la filière)
- - Soit être titulaire du Baccalauréat suivi d'une année d'études supérieure validée (bac +1)
- - Soit être titulaire d'un diplôme de niveau 5 en commerce, marketing/communication
- - Soit être titulaire au minimum d'un diplôme d'Etat niveau 5 (enseignement technique ou universitaire) ou avoir validé au moins deux années de formation dans le cadre de diplômes ou titres reconnus par l'Etat (120 crédits ECTS minimum)

- - Soit être titulaire d'un diplôme de niveau 6 dans un autre domaine que celui du commerce et marketing/communication avec présentation d'un dossier de travaux et expériences professionnelles permettant d'évaluer le niveau du candidat.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE

Le jury est composé de 5 personnes :

1 Président de jury professionnel extérieur à l'AIPF

2 représentants de l'AIPF dont le directeur de l'ICL

2 professionnels qualifiés (Responsable du Développement Commercial) extérieurs à l'AIPF en veillant à la mixité femme / homme, salariés/employeurs

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury est composé de 5 personnes :

1 Président de jury habilité représentant l'AIPF

1 représentant de l'AIPF

3 professionnels qualifiés Responsable du Développement Commercial extérieurs à l'AIPF en veillant à la mixité femme / homme, salariés/employeurs

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury par expérience VAE est composé de 5 personnes :

1 Président de jury est un représentant l'AIPF (Responsable du Développement Commercial)

1 représentant de l'AIPF

3 professionnels extérieurs à l'AIPF (Responsable du Développement Commercial) en veillant à la mixité femme / homme, salariés/employeurs

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	8 600 €
Selon la branche	4 779 € – 8 802 €
Prise en charge	Branches concernées
8 600 €	Valeur par défaut · 183 branches
8 802 €	CPNE Branche ITV, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEF de la Publicité, CPNEFP Import-Export
8 800 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 500 €	CPNE de l'immobilier
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 363 €	CPNEFP des commerces de gros
7 927 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance

7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 800 €	CPNE Banque
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie
4 779 €	CPNEFP de l'industrie cimentière

Base légale

Date de décision	21/12/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	21/12/2026
Date de dernière délivrance possible	21/12/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	97	0	100 %	83 %
2020	96	3	93 %	83 %
2019	95	6	95 %	81 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34977

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP31923, RNCP34184, RNCP34630, RNCP34919, RNCP34977, RNCP35106, RNCP35150, RNCP35754, RNCP36395, RNCP36518, RNCP36610, RNCP37633

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38505/>

Où se former

Formations référencées	4
Organismes	4
Régions couvertes	4
Prix indicatif	4 800 € – 9 828 €
Durée	1110 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	35
Organismes gestionnaires (CFA)	26
Organismes formateurs	33
Régions couvertes	11
Départements couverts	26
Organismes certifiés Qualiopi	33
Sessions	de 09/2025 à 09/2028

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