

Responsable d'activités commerciales

RNCP38604 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34593, 34026
Code(s) ROME	M1707, M1706
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	09/02/2024
Date d'échéance	09/02/2027

Certificateur(s)

MBA INSTITUTE · SIRET : 50388652500024

CENTRE D ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100066

CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE · SIRET : 75313914600017

CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100074

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200022

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200014

Partenaires habilités

11 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 11 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADEFI FORMATION	49815719700035	Former et organiser l'évaluation
ADEFI FORMATION	49815719700050	Former et organiser l'évaluation
ADEFI FORMATION	49815719700068	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
MBA INSTITUTE	50388652500024	Former et organiser l'évaluation
O.G.E.C. ARAGO - STE ANNE	77634558900043	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 11 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38604-responsable-d-activites-commerciales/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable d'activités commerciales est chargé du déploiement opérationnel de la stratégie commerciale définie par l'entreprise et de son suivi. En toute autonomie, il propose, conçoit et met en œuvre avec l'accord de sa hiérarchie, des actions commerciales visant à répondre aux besoins de la clientèle. Il gère un portefeuille client. Il est apte à coordonner les moyens humains, financiers et logistiques ainsi que la planification des différentes tâches des personnes impliquées. Il est apte à contrôler les résultats des actions commerciales, à maîtriser la planification des budgets associés et à rendre compte à son manager direct, le tout dans un contexte d'adaptations aux évolutions socio-environnementales.

Si le contexte et les objectifs d'un Responsable d'activités commerciales demeurent (convertir des prospects en clients pour vendre un produit ou un service de l'entreprise), on constate une évolution des activités demandées par les employeurs : le profil du commercial « à l'ancienne » (autodidacte au « bagou » dynamique) s'estompe face à des besoins de plus en plus techniques, digitaux et personnalisés, c'est-à-dire s'exerçant auprès de typologies de clients et de e-clients spécifiques selon le secteur d'activités au sein duquel exerce le Responsable d'activités commerciales. L'objectif de cette certification est de permettre l'acquisition des solides fondamentaux des techniques de la vente directe, indirecte et vente en ligne doublés d'une aisance au niveau de l'expression orale, de la force de conviction, de l'animation d'équipe, de la réalisation et analyse de tableaux de suivi de performance commerciale.

ACTIVITÉS VISÉES

Contribution à l'analyse de l'écosystème de l'entreprise ou de l'organisation et de sa politique commerciale en lien avec sa hiérarchie.

Participation à la stratégie de développement commercial et à son plan d'action.

Élaboration d'un plan de prospection omnicanal.

Élaboration du plan de fidélisation de la clientèle.

Identification des structures des coûts.

Élaboration d'un suivi budgétaire du PAC.

Organisation de l'activité de l'équipe commerciale.

Animation et développement de l'équipe commerciale.

En fonction du bloc de professionnalisation choisi, viennent s'ajouter les activités suivantes :

Vins & Spiritueux :

Compréhension de l'environnement dans le secteur du vin et des spiritueux.

Adaptation à la clientèle ou aux publics cibles.

Participation à la mise en place d'actions de développement commercial à l'export dans le secteur du vin et des spiritueux.

Développement international :

Analyse de l'écosystème de l'organisation/entreprise.

Participation à la mise en œuvre de la stratégie de développement à l'international et de son plan d'actions.

Gestion du suivi des affaires et des clients.

Luxe et services personnalisés :

Compréhension de l'environnement dans le secteur du luxe et services personnalisés.

Adaptation à la clientèle ou aux publics cibles.

Participation à la mise en place d'actions de développement commercial dans le secteur du luxe et services personnalisés.

Start Up :

Compréhension de l'environnement des start up.

Facilitation technico-commerciale au service du projet de la start up.

Participation à la mise en place d'actions de développement commercial dans le secteur des start up.

Sport :

Compréhension de l'environnement dans le secteur du sport.

Adaptation à la clientèle ou aux publics cibles rencontrés dans le secteur du sport.

Participation à la mise en place d'actions de développement commercial dans le secteur du sport.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Selon les sources d'études croisées, six compétences-clés sont attendues d'un Responsable d'activités commerciales aujourd'hui :

- Veiller (le marché, l'environnement, la concurrence, la prospective, les nouvelles tendances, les pratiques et outils digitaux...)
- Développer le portefeuille clients (en prospectant et en fidélisant)
- Concevoir le plan d'action commercial (en analysant la concurrence, en fixant des objectifs commerciaux, en choisissant ses cibles, en déterminant le profil des équipes commerciales, en détaillant les actions à mener, les budgets alloués, en pilotant les actions grâce aux KPIs)
- Adapter ses actions commerciales aux spécificités du client ou e-acheteur (adapter : la posture, le registre de langue, l'argumentaire commerciale ; comprendre la typologie économique et culturelle de la clientèle, etc.)
- Réaliser un suivi d'activités commerciales (en identifiant les indicateurs de résultats, en engageant une démarche budgétaire sur la base de l'enveloppe accordée par la direction dans un esprit de maîtrise des coûts)
- Accompagner/animer des équipes commerciales (organisation de l'activité, formation et animation pour atteindre collectivement et individuellement les objectifs fixés par la Direction)

En plus de ces compétences-clés, le Responsable d'activités commerciales devra connaître les fondamentaux de la stratégie marketing, les outils de la communication commerciale, être doté d'un excellent relationnel (importance des soft skills), maîtriser les outils digitaux et être capable de reporter à sa hiérarchie (le bilan de ses actions, le suivi budgétaire, etc.).

Blocs de compétences

RNCP38604BC01 — Participer à l'élaboration de la stratégie de développement commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un processus de veille informationnelle en mobilisant les ressources numériques pour suivre les tendances de l'écosystème de l'entreprise afin de les analyser ;

Réaliser une étude de l'environnement et du marché cible avec des données résultant d'études documentaires, qualitatives et quantitatives, en identifiant les concurrents, le marché, la cible client afin d'identifier les enjeux, tendances, évolutions du marché sur lequel l'entreprise est positionnée et les opportunités de développement intégrant une démarche responsable à privilégier ;

Réaliser un diagnostic commercial de l'entreprise en se basant sur les différentes matrices d'analyse de portefeuilles d'activités et de portefeuilles clients ainsi que l'analyse SWOT pour, d'une part, apprécier les performances globales de la stratégie commerciale de l'entreprise et sa gestion de la relation client au regard de l'évolution du marché, des attentes, comportements clients et actions commerciales des concurrents d'autre part ;

Proposer un plan d'actions commerciales omnicanal à partir du diagnostic commercial précédemment établi en veillant à sa cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de contribuer au développement des ventes dans le respect des enjeux environnementaux ;

Déterminer, en accord avec la direction générale, une politique de prix et de distribution adaptée au marché en permettant de réduire l'impact carbone des produits/services proposés à la clientèle, et en développant des solutions adaptées aux besoins des clients, afin de garantir une relation clientèle durable ;

Définir, en lien avec le service concerné, un plan de marketing opérationnel prenant en compte les orientations stratégiques préalablement définies évaluant les moyens à mobiliser, les normes et délais à respecter et en établissant son calendrier de réalisation (planification) tenant compte du budget alloué afin d'optimiser ses conditions de mise en œuvre ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas réel individuelle avec remise d'un dossier écrit.

RNCP38604BC02 — Mettre en œuvre et piloter un plan de développement commercial omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le portefeuille client en utilisant des techniques et un outil de segmentation de la relation client afin de déterminer les segments à forte valeur ajoutée à développer en lien avec les objectifs commerciaux ;

Établir un plan de prospection visant à coordonner les actions de prospection à mettre en œuvre sur les différents canaux pour atteindre les objectifs fixés en termes de nombres de nouveaux clients et optimiser le tunnel de conversion ;

Établir un plan de fidélisation visant à coordonner les actions de fidélisation à mettre en œuvre sur les différents canaux, pour atteindre les objectifs fixés par typologie de client et mesurer les résultats de ces actions afin de les ajuster si nécessaire ;

Participer à l'élaboration de la politique de satisfaction client en proposant un plan de fidélisation afin d'identifier les axes d'amélioration et optimiser les parcours clients physiques et digitaux ;
Contribuer à l'élaboration des supports de communication commerciale et aux actions de communication commerciale adaptés aux caractéristiques des publics cibles, aux différents canaux utilisés au moment du parcours client en vue d'optimiser le tunnel de conversion et d'engager les clients sur la durée ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle avec remise individuelle d'un retour d'expérience.

RNCP38604BC03 — Définir et piloter les éléments budgétaires du plan d'actions commerciales

LISTE DE COMPÉTENCES

Estimer et établir la répartition du budget alloué au plan d'actions commerciales en identifiant les coûts du projet afin d'optimiser les actions et investissements prévus en tenant compte de la responsabilité sociétale de l'entreprise ou de l'organisation ;

Élaborer un suivi budgétaire du projet du projet en sélectionnant les KPI permettant de mesurer l'efficacité financière du plan d'actions par rapport aux objectifs définis et mettre en place des opérations correctives au service de la performance du projet ;

Soumettre la démarche budgétaire à la direction ou au service concerné en s'appuyant sur des tableaux de suivi budgétaire et en argumentant les différentes positions prises afin de rendre compte du dépassement ou du respect des coûts engagés au niveau du projet via les indicateurs précédemment définis ;

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas réel individuelle avec remise d'un dossier écrit.

RNCP38604BC04 — Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Constituer les équipes projet à impliquer à partir de l'analyse des actions commerciales à mettre en œuvre et des besoins qui en résultent, et choisir une méthode de conduite de projet adaptée afin de favoriser l'atteinte des objectifs fixés ;

Communiquer sur les enjeux stratégiques pour l'entreprise et le calendrier d'exécution en distribuant les missions selon les compétences des membres de l'équipe, en prenant en compte l'adaptation des missions aux personnes en situations de handicap et en définissant les objectifs individuels et les indicateurs afin de piloter la performance individuelle et collective ;

Animer et motiver l'équipe commerciale, en adoptant les techniques de communication adaptées aux profils et besoins spécifiques des collaborateurs (diversités des profils et personnes en situation de handicap), en mettant en place des challenges d'équipe, et en valorisant les réussites individuelles et collectives, afin de maintenir l'engagement des collaborateurs ;

Évaluer l'atteinte des objectifs de l'équipe commerciale en s'appuyant sur le tableau de suivi et les différents KPI pour mettre en place les actions nécessaires à la réussite du projet commercial de l'entreprise tout en assurant un reporting régulier à la hiérarchie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas réel individuelle avec remise d'un dossier écrit.

RNCP38604BC05 — Concevoir et mettre en œuvre des actions de commercialisation des vins et spiritueux - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Instaurer un système de veille économique, environnementale et réglementaire sur le secteur du vin et des spiritueux en s'appuyant sur des études de marché, de satisfaction ou d'études consommateurs pour détecter les tendances actuelles et à venir sur ce marché et améliorer sa connaissance du comportement d'achat des cibles visées ;

Maîtriser la culture générale du vin et des spiritueux depuis leurs spécificités à leurs caractéristiques de présentation, d'appréciation et de dégustation en passant par leur procédé de fabrication, afin de pouvoir échanger avec les différents acteurs du marché pour détecter des opportunités commerciales : producteurs, grossistes, interprofession, cavistes, sommeliers, réseau des CHR, etc. ;

Analyser les différents segments de clientèle en étudiant leur goût, leurs préférences, leurs habitudes de consommation de vin et/ou de spiritueux, leurs capacités en termes de pouvoir d'achat de façon à comprendre les principales attentes de ces consommateurs pour leur proposer une expérience de dégustation personnalisée ;

Élaborer une offre oenotouristique pour le compte d'un producteur en étudiant les objectifs à atteindre ainsi que le

besoin et les attentes de la clientèle dans le but de proposer une expérience « d'art de vivre à la française », de permettre aux acteurs de la filière de se rapprocher de la clientèle, de créer une relation durable et d'augmenter la vente directe du producteur ;

Prospecter de nouveaux clients à l'étranger en définissant les objectifs et la cible de prospection, en s'appuyant sur des études et des événements professionnels (salons, foires, déplacements) dans le but de détecter des opportunités de croissance commerciale à l'export ;

Participer à la définition de la stratégie d'exportation de vin et/ou de spiritueux dans le pays-cible choisi en déterminant la gamme de produits à exporter, la capacité de réponse en termes de production/livraison, le mode de transport et les coûts logistiques associés, la faisabilité et les coûts de la documentation offline et online disponible dans la langue du pays-cible visé, le type d'exportation, les canaux de distribution, les points de vente à atteindre selon le segment de clientèle visé dans le but d'évaluer, dans les perspectives globales de développement de l'entreprise, la part de chiffre d'affaires de l'exportation escomptée ;

Participer à l'élaboration des procédures à l'exportation de vin et/ou de spiritueux en UE et hors UE en s'appuyant sur la documentation existante au sujet de la réglementation applicable de façon à sécuriser le projet d'exportation de vin et/ou de spiritueux et permettre à l'entreprise d'augmenter ses parts de marché à l'international.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle (évaluation individuelle).

RNCP38604BC06 — Concevoir et mettre en œuvre des actions de développement international - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un processus de démarche de veille informationnelle sur les plans géopolitique, sociologique, managériaux et intelligence économique en mobilisant les ressources numériques pour suivre les tendances de l'écosystème de l'organisation afin de les analyser ;

Analyser les marchés interne (au sein de l'organisation) et externe (pays ciblés) ainsi que l'environnement concurrentiel de l'entreprise sur son périmètre d'activité à l'international en exploitant les informations collectées pour anticiper les risques et repérer les opportunités d'internationalisation en intégrant une démarche responsable ;

Déterminer, en accord avec sa direction, la stratégie de développement commercial physique et digital (e-commerce) en corrélant l'étude de marché et le diagnostic interne pour fixer les objectifs à atteindre en accord avec les tendances des marchés visés à l'international ;

Mettre en place un plan d'actions de prospection et de négociation en définissant un cahier des charges adapté à chaque typologie de clients visée prenant en considération les éléments de langage et les usages de la zone géographique ciblée ;

Contractualiser la vente et/ou le partenariat international en français et en anglais en déterminant les clauses du contrat adaptées au contexte pour finaliser et sécuriser la transaction dans le respect de l'éthique des affaires ;

Veiller au contrôle et au suivi des commandes en assurant l'interface entre la direction export de l'entreprise et le client en assurant les formalités de douanes, d'assurance et de transport ;

Déterminer les modalités d'acheminement des marchandises en sélectionnant la solution de transport la plus adaptée en termes de coûts, de délais, de sécurité et de prise en compte de la démarche RSE de l'entreprise ;

Déterminer les modalités de paiement en fonction du montant de la transaction et des délais dans le respect des normes internationales pour garantir la sécurité des règlements et éviter d'éventuels litiges et/ou d'impayés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle (évaluation individuelle).

RNCP38604BC07 — Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du luxe et services personnalisés - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un système de veille économique, technologique, sectorielle et environnementale en s'appuyant sur des études de marché, de satisfaction ou d'études consommateurs pour détecter les tendances actuelles et à venir sur le marché du luxe et services personnalisés et améliorer sa connaissance du comportement d'achat des cibles visées ;

Maîtriser les principaux codes du secteur du luxe et services personnalisés (excellence, rareté, émotion, rêve, histoire de la marque et expérience client) pour répondre aux principales attentes des consommateurs du secteur du luxe en leur faisant vivre une expérience personnalisée ;

Maîtriser la réglementation spécifique portant sur la loi AGECE afin de proposer à sa direction un modèle permettant

de donner, réemployer, réutiliser ou recycler les invendus de la marque pour se conformer à la réglementation et contribuer à créer une image de marque éthique et responsable ;

Adapter le parcours client/utilisateur en prenant en compte chaque particularité en termes de cultures, d'ethnies, de genres, de typologies sociales et morphologiques et de handicaps pour renforcer le positionnement de la marque et favoriser l'atteinte des objectifs de développement fixés par la direction ;

Conduire un entretien de négociation et/ou de vente auprès d'un public exigeant, en attente de prestations qualitatives et en quête de reconnaissance personnelle, en s'appuyant sur ses compétences linguistiques en anglais pour fidéliser une clientèle internationale et contribuer à la croissance de la marque sur les différents marchés mondiaux ;

Participer à la mise en œuvre de l'interaction de la marque de luxe avec ses communautés afin d'optimiser sa présence et de développer son audience sur les canaux physiques et digitaux afin de renforcer son rayonnement et son image notamment à l'international ;

Réaliser un diagnostic commercial interne de la marque en analysant ses ressources et sa chaîne de valeur en fonction des spécificités du marché du luxe et services personnalisés pour identifier les faiblesses à combler et les avantages concurrentiels à exploiter dans le cadre de la stratégie de développement commercial ;

Contribuer à la mise en place du plan de commercialisation de la marque de luxe pour garantir l'unicité de son positionnement et de son image en déterminant les circuits de distribution physique (magasin en propre) et digital (plateforme de e-commerce spécifique recréant l'ambiance des points de ventes physiques et les codes propres la marque de luxe) à utiliser selon les critères de qualité, de réactivité et de coûts attendus ;

Participer à la gestion de la relation client en utilisant un système d'écoute et de mesure de la satisfaction pour contribuer à la politique générale d'amélioration continue de la marque et garantir une expérience client personnalisée et exclusive aux communautés visées et participer ainsi à leur fidélisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle (évaluation individuelle).

RNCP38604BC08 — Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales pour les start up - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une étude sur le marché des start up en France et à l'étranger en s'appuyant sur une veille économique, environnementale et concurrentielle (benchmark) de façon à anticiper les nouvelles tendances (IA, réalité virtuelle Xr, lot, etc.) pour être à la pointe de l'actualité sur la prospective du e-commerce et des start up françaises et internationales ;

Maîtriser l'écosystème et le business model de la start up en appréhendant ses spécificités, son offre, sa stratégie, son fonctionnement, en comprenant l'itérativité de son évolution sur un marché qu'elle teste en temps réel afin de développer une connaissance fine de l'univers de la création de startups ;

Identifier les scénarii commerciaux de l'expérience client/utilisateur souhaitée en réalisant des tests auprès de la clientèle cible et en contribuant à la rédaction d'un cahier des charges détaillant les parcours clients digitaux et les fonctionnalités à mettre en œuvre afin d'être le plus cohérent possible avec le positionnement défini et l'expérience utilisateur souhaitée ;

Assurer un lien permanent avec les équipes internes au sujet du développement des fonctionnalités techniques et digitales afin de garantir aux usagers ou clients une expérience attractive qui permettra de développer le chiffre d'affaires et de pérenniser les parts de marché de la start up ;

Contribuer au développement d'une start up en identifiant les besoins digitaux adéquats, les développements outils/logiciels nécessaires et en participant à des événements (salons, conventions d'affaires, meet-up, etc.) afin de générer des prospects et développer l'activité commerciale ;

Engager des communications avec des partenaires privés et/ou publics préalablement identifiés pour obtenir des possibilités de financement et des opportunités de développement commercial afin de pérenniser un projet innovant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle (évaluation individuelle).

RNCP38604BC09 — Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du sport - Bloc optionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer une veille concernant les tendances actuelles et à venir dans le domaine du sport, en s'appuyant sur des études, en participant aux événements, salons, rencontres et en effectuant un benchmark de la concurrence pour

rester à la pointe dans le secteur ;

Maîtriser les différentes typologies d'organisations sportives existantes, en prenant en compte le statut juridique, le poids économique, l'impact et les enjeux de la structure ainsi que la réglementation associée afin d'être à même d'évoluer dans différents types d'organisations liées au secteur du sport ;

Appréhender les particularités de la clientèle ou des publics cibles dans le secteur du sport, en adaptant sa posture et en adoptant les codes professionnels requis pour évoluer dans le milieu du sport, créer son réseau et être en phase avec ses interlocuteurs ;

Définir les circuits de distribution dans le cadre du lancement d'un nouveau produit ou service, en appliquant les techniques de merchandising, en analysant les ratios et en renouvelant régulièrement les implantations en fonction de l'actualité ou des événements à venir, afin d'adapter l'offre à la demande ;

Identifier les spécificités commerciales de chaque branche du sport en s'appuyant sur sa connaissance de l'environnement et des pratiques, en allant à la rencontre des acteurs de sports moins médiatisés afin d'être capable de proposer des actions de développement commerciales adaptée à la structure concernée ;

Proposer des actions commerciales dans le cadre de l'organisation d'événements sportifs, en planifiant les remplissages, en déterminant les tarifs de billetterie en lien avec le service marketing, en concevant des actions de communication et d'image de marque et en assurant les relations avec les médias, afin de favoriser le développement des ventes et de la fidélisation client ;

Développer des partenariats de sponsoring sportif et de mécénat, en déterminant un package de sponsoring et en évaluant son prix de vente, en élaborant et présentant un pitch accessible à une cible internationale, en négociant et en établissant un contrat de sponsoring, afin de générer des retombées financières et médiatiques ;

Analyser les contraintes réglementaires et les enjeux éthiques associés à l'organisation d'événements sportifs pour garantir un répertoire exhaustif des besoins d'autorisations et s'assurer de leur accessibilité à tous, dans le respect des enjeux RSE définis par la structure.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de pratique professionnelle (évaluation individuelle).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Responsable d'activités commerciales exerce dans tous les secteurs marchands et dans tous les types d'activités : entreprises commerciales, entreprises industrielles et entreprises de sociétés de services ; majoritairement des TPE/PME-PMI. Selon la typologie de l'entreprise, le Responsable d'activités commerciales sera plus polyvalent « commercial - marketing solution » ou « commercial - e-commerce ». Il sera en relation avec différents services et parties prenantes (production, marketing, bureaux d'études ou ingénieurs, clients grands comptes, fournisseurs...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ce métier de Responsable d'activités commerciales se décline en plusieurs intitulés non-exhaustifs :

- Responsable commercial
- Responsable du développement commercial
- Responsable développement / « Business Developer »
- Responsable e-commerce

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)	3 189 €

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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Prérequis pour accéder au dispositif de la certification ?:

Le/la candidat.e doit remplir les conditions suivantes :

- Pour une entrée en 1^{ère} année du parcours (Bachelor 1) : Être titulaire d'un baccalauréat (toutes sections), d'un Diplôme d'Accès aux Études Universitaires (DAEU) ou d'un diplôme étranger (niveau 4, Bac ou équivalent)
- Pour une entrée en 2^{ème} année du parcours (Bachelor 2) : Avoir validé 60 ECTS dans un secteur considéré comme identique en termes de compétences à celui de la première année du parcours de formation ou avoir validé 120 ECTS dans un environnement de sciences de gestion, de commerce, vente, distribution...
- Pour une entrée en 3^{ème} année du parcours (Bachelor 3) : Avoir validé 120 ECTS (niveau 5, Bac+2 ou équivalent) dans un environnement de sciences de gestion, de commerce, vente, distribution...

Le candidat choisit son bloc de professionnalisation fonction de son appétence pour l'un des secteurs d'activité proposés. Selon l'année d'entrée dans le cursus, le candidat démontre une première expérience dans le secteur choisi.

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

Il est composé de 5 personnes, et respecte un équilibre femmes-hommes :

- Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;
- Directeur du Titre ;
- 3 professionnels externes du secteur.

Sont considérés comme membres professionnels, les professionnels externes insérés depuis minimum 3 ans dans le périmètre métier du RNCP.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;

1 professionnel externe du secteur ;

1 membre de l'organisme de formation.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 945 €
Selon la branche	6 000 € – 8 796 €
Prise en charge	Branches concernées

7 945 €	Valeur par défaut · 175 branches
8 796 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE autoroutes, CPNE de l'industrie hôtelière, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
7 923 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
8 692 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP de la Restauration rapide
7 604 €	CNPE des sociétés financières, CPNE Banque
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
6 000 €	CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 220 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
8 209 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
8 200 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 715 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
7 440 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 156 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 100 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
7 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique

Base légale

Date de décision	09/02/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	09/02/2027
Date de dernière délivrance possible	09/02/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	717	0	91 %	75 %
2020	389	0	86 %	83 %
2019	62	1	89 %	80 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36294

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38604/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	9 990 €
Durée	1211 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	2
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Sessions	de 09/2026 à 07/2027

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