

Responsable du développement

RNCP39205 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34573, 34072, 34031, 34026, 12522
Code(s) ROME	D1406, M1705, M1707, K1802, M1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/06/2024
Date d'échéance	27/06/2025

Certificateur(s)

FORMATIVES · SIRET : 44320061300026

Partenaires habilités

86 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 86 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
A3FA	90055425400012	Former et organiser l'évaluation
AFLOKKAT	52229814000032	Former et organiser l'évaluation
AGUF VIVARAIS FORMATION	38881118400026	Former et organiser l'évaluation
ALESIA FORMATION	40762250500011	Former et organiser l'évaluation
ALESIA FORMATION	40762250500052	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AQUITAINE	81465151900088	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE EURE ET LOIR	91453923400023	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE LIMOUSIN	84411737400018	Former et organiser l'évaluation
ALTERNANCE LOIRET	52786438300056	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 86 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp39205-responsable-du-developpement/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le responsable du développement a pour objectif de permettre la croissance organique (interne) de l'organisation. Responsable de l'analyse et du suivi des marchés, il recommande et met en place les démarches adaptées pour favoriser le développement de l'activité.

ACTIVITÉS VISÉES

Mise en oeuvre d'une stratégie de développement

Conduite d'une veille stratégique permettant d'appréhender l'environnement et de situer l'organisation

Planification d'actions pouvant être proposées à la direction dans le cadre du développement de l'organisation
 Mise en oeuvre d'une stratégie marketing
 Développement de nouveaux marchés permettant d'atteindre les objectifs de développement définis
 Mise en oeuvre du plan marketing omnicanal pour toucher de nouvelles cibles
 Mise en place d'un plan de communication RSE
 Pilotage du développement en mode projet
 Planification et lancement du projet de développement
 Conduite du projet de développement
 Suivi et évaluation du projet
 Management durable d'équipe à proximité et à distance
 Organisation de l'équipe interne permettant d'assurer le développement de l'organisation
 Management de proximité dans un contexte interculturel et intergénérationnel
 Pilotage de la performance de l'équipe pour garantir la pérennité de l'activité dans un contexte de transition digitale
 Diffusion de produits / services
 Mise en valeur des produits et services de l'organisation pour favoriser les ventes
 Mise en place d'actions de communication permettant de promouvoir la marque, un produit ou un service
 Mise en place d'actions commerciales dans le cadre du développement de l'activité

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser une étude sectorielle / territoriale pour positionner l'organisation dans son environnement socio-économique en analysant l'offre, la demande et le positionnement des principaux acteurs
 Identifier les tendances du marché pour anticiper les évolutions en discernant les évolutions technologiques et de modes de consommation, notamment pour les consommateurs en situation de handicap
 Exploiter une veille juridique en vue d'explorer des opportunités engendrées par de nouvelles réglementations en tenant compte de l'évolution de la législation, de la fiscalité
 Analyser les données d'activité qui permettent de présenter les avantages concurrentiels de la structure, en effectuant un diagnostic de l'environnement interne
 Proposer des axes d'évolution afin de déployer une stratégie de développement de l'activité / local conforme à la politique RSE, notamment en termes de handicap, en justifiant les opportunités de création ou de modernisation des produits et services
 Participer à un appel d'offres pour développer les affaires en constituant un dossier avec des solutions techniques adaptées dans les délais
 Élaborer un tableau de bord afin d'optimiser les performances de l'activité en proposant un reporting avec des indicateurs pertinents (de suivi de l'activité et des résultats) et un outil digital adapté
 Analyser les données des publics cibles (dont personnes en situation de handicap) afin de proposer un plan marketing omnicanal adapté après avoir effectué une segmentation et une étude des comportements, des attentes de la clientèle
 Identifier de nouveaux marchés afin d'accroître son activité en identifiant des axes de prospection et en développant les canaux de distribution tenant compte des difficultés de mobilité
 Proposer des actions ciblées pour conquérir des clients dans un contexte de transition écologique et numérique en mobilisant les outils du marketing direct, digital et l'inbound marketing
 Mesurer l'impact des campagnes marketing en suivant l'évolution des actions afin de proposer des axes d'amélioration
 Décliner la stratégie de marque et sa dimension sociétale pour répondre au besoin de développement en respectant les éléments constitutifs sur différents canaux et en s'appuyant sur les valeurs RSE de l'organisation
 Définir un plan de communication pour atteindre les objectifs de développement par cible (dont déficients visuels, auditifs) en structurant les actions et les messages dans le respect du budget alloué
 Définir les jalons du plan d'actions permettant de planifier un projet en précisant les contraintes (budgétaires, RH) et les ressources nécessaires dans un contexte de diversité (dont handicap)
 Rechercher des financements qui permettront la faisabilité du projet en sollicitant des apports privés et publics
 Construire des relations afin de développer des partenariats opérants en ciblant des organisations pouvant apporter une plus-value au projet et en élaborant une argumentation percutante en français et en anglais
 Structurer les échanges d'informations en mettant en place des outils et méthode de travail collaboratif adaptés à toute l'équipe (y compris déficients visuels, auditifs, moteurs) afin d'optimiser la circulation des données
 Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en supervisant les missions des différents acteurs,

tenant compte d'éventuelles difficultés de mobilité

Contrôler la conformité des procédures qualité afin de garantir le respect des normes et réglementations, de réduire les risques et aléas, en réalisant un diagnostic et en valorisant les bonnes pratiques en termes de prévention

Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit

Intégrer de nouveaux collaborateurs pour composer son équipe en faisant correspondre effectifs et besoins en compétences et en participant aux recrutements dans un contexte interculturel et non discriminant

Organiser le travail des collaborateurs pour rendre l'équipe efficiente en précisant les délégations et les outils de contrôle, en sensibilisant aux vulnérabilités et à l'inclusion de tous

Planifier des actions pour déjouer ou apaiser un conflit en identifiant, en hiérarchisant les éléments conflictuels puis en appliquant des techniques de management adaptés au contexte

Animer une réunion en présentiel ou distanciel pour fédérer autour des enjeux / des évolutions et générer de l'engagement, en appliquant les techniques de communication interpersonnelle adaptées aux situations, notamment de handicap

Piloter le travail d'équipe en présentiel ou à distance en réalisant des tableaux de bord de suivi de l'activité, en analysant les risques encourus afin d'évaluer la performance collective

Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce)

Critiquer une présentation de produit afin de proposer une amélioration du contenu en identifiant les principales caractéristiques et spécifications techniques, en analysant l'accessibilité aux personnes en situation de handicap et le diagnostic RSE

Accroître la visibilité pour mieux relayer le message publicitaire en améliorant le référencement et en structurant le catalogue

Organiser une campagne media pour valoriser une marque et ses valeurs en précisant les objectifs et le budget par cible, dont les PSH

Promouvoir un produit, un service en organisant une manifestation événementielle pour assurer une visibilité à l'organisation en tenant compte d'éventuelles difficultés liées à un handicap moteur

Concevoir des supports de communication afin d'assurer une diffusion en élaborant des messages d'information et des visuels adaptés aux cibles (dont déficience visuelle, auditive)

Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés

Mener une négociation en construisant une proposition et en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte d'achat

Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients et prospects en animant un réseau, en fédérant une communauté, en améliorant la notoriété

Blocs de compétences

RNCP39205BC01 — Mettre en oeuvre une stratégie de développement

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une étude sectorielle / territoriale pour positionner l'organisation dans son environnement socio-économique en analysant l'offre, la demande et le positionnement des principaux acteurs

Identifier les tendances du marché pour anticiper les évolutions en discernant les évolutions technologiques et de modes de consommation, notamment pour les consommateurs en situation de handicap

Exploiter une veille juridique en vue d'explorer des opportunités engendrées par de nouvelles réglementations en tenant compte de l'évolution de la législation, de la fiscalité

Analyser les données d'activité qui permettent de présenter les avantages concurrentiels de la structure, en effectuant un diagnostic de l'environnement interne

Proposer des axes d'évolution afin de déployer une stratégie de développement de l'activité / local conforme à la politique RSE, notamment en termes de handicap, en justifiant les opportunités de création ou de modernisation des produits et services

Participer à un appel d'offres pour développer les affaires en constituant un dossier avec des solutions techniques adaptées dans les délais

Élaborer un tableau de bord afin d'optimiser les performances de l'activité en proposant un reporting avec des indicateurs pertinents (de suivi de l'activité et des résultats) et un outil digital adapté

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier de pratiques professionnelles : étude concurrentielle, veille stratégique et management de l'information, veille législative, analyse de données et opportunités, stratégie de développement, gestion d'un appel d'offres, suivi de l'activité et des performances.

Oral : présentation des actions menées puis entretien individuel

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

3 années d'expérience en gestion d'entreprise ou développement

RNCP39205BC02 — Mettre en oeuvre une stratégie marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les données des publics cibles (dont personnes en situation de handicap) afin de proposer un plan marketing omnicanal adapté après avoir effectué une segmentation et une étude des comportements, des attentes de la clientèle

Identifier de nouveaux marchés afin d'accroître son activité en identifiant des axes de prospection et en développant les canaux de distribution tenant compte des difficultés de mobilité

Proposer des actions ciblées pour conquérir des clients dans un contexte de transition écologique et numérique en mobilisant les outils du marketing direct, digital et l'inbound marketing

Mesurer l'impact des campagnes marketing en suivant l'évolution des actions afin de proposer des axes d'amélioration

Décliner la stratégie de marque et sa dimension sociétale pour répondre au besoin de développement en respectant les éléments constitutifs sur différents canaux et en s'appuyant sur les valeurs RSE de l'organisation

Définir un plan de communication pour atteindre les objectifs de développement par cible (dont déficients visuels, auditifs) en structurant les actions et les messages dans le respect du budget alloué

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier de pratiques professionnelles : stratégie marketing et parcours client, actions marketing, image de marque et plan de communication

Oral : présentation des actions menées puis entretien individuel

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

1 année d'expérience en marketing ou gestion commerciale

RNCP39205BC03 — Piloter le développement en mode projet

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les jalons du plan d'actions permettant de planifier un projet en précisant les contraintes (budgétaires, RH) et les ressources nécessaires dans un contexte de diversité (dont handicap)

Rechercher des financements qui permettront la faisabilité du projet en sollicitant des apports privés et publics

Construire des relations afin de développer des partenariats opérants en ciblant des organisations pouvant apporter une plus-value au projet et en élaborant une argumentation percutante en français et en anglais

Structurer les échanges d'informations en mettant en place des outils et méthode de travail collaboratif adaptés à toute l'équipe (y compris déficients visuels, auditifs, moteurs) afin d'optimiser la circulation des données

Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en supervisant les missions des différents acteurs, tenant compte d'éventuelles difficultés de mobilité

Contrôler la conformité des procédures qualité afin de garantir le respect des normes et réglementations, de réduire les risques et aléas, en réalisant un diagnostic et en valorisant les bonnes pratiques en termes de prévention

Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier de pratiques professionnelles : plan d'actions, budget et financement, mise en place ou développement de partenariats, brief, étapes et conditions de réussite, évaluation des risques, qualité et RSE, présentation du bilan d'un projet.

Oral : présentation des actions menées puis entretien individuel

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

1 année d'expérience en gestion d'entreprise ou commerciale.

RNCP39205BC04 — Manager durablement une équipe à proximité ou à distance

LISTE DE COMPÉTENCES

Intégrer de nouveaux collaborateurs pour composer son équipe en faisant correspondre effectifs et besoins en compétences et en participant aux recrutements dans un contexte interculturel et non discriminant

Organiser le travail des collaborateurs pour rendre l'équipe efficiente en précisant les délégations et les outils de contrôle, en sensibilisant aux vulnérabilités et à l'inclusion de tous

Planifier des actions pour déjouer ou apaiser un conflit en identifiant, en hiérarchisant les éléments conflictuels puis en appliquant des techniques de management adaptés au contexte

Animer une réunion en présentiel ou distanciel pour fédérer autour des enjeux / des évolutions et générer de l'engagement, en appliquant les techniques de communication interpersonnelle adaptées aux situations, notamment de handicap

Piloter le travail d'équipe en présentiel ou à distance en réalisant des tableaux de bord de suivi de l'activité, en analysant les risques encourus afin d'évaluer la performance collective

Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier de pratiques professionnelles : organisation d'équipe, management d'équipe, transition numérique de l'organisation

Oral : présentation des actions menées puis entretien individuel

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

1 année d'expérience en management d'équipe.

RNCP39205BC05 — Diffuser des produits et services

LISTE DE COMPÉTENCES

Critiquer une présentation de produit afin de proposer une amélioration du contenu en identifiant les principales caractéristiques et spécifications techniques, en analysant l'accessibilité aux personnes en situation de handicap et le diagnostic RSE

Accroître la visibilité pour mieux relayer le message publicitaire en améliorant le référencement et en structurant le catalogue

Organiser une campagne media pour valoriser une marque et ses valeurs en précisant les objectifs et le budget par cible, dont les PSH

Promouvoir un produit, un service en organisant une manifestation événementielle pour assurer une visibilité à l'organisation en tenant compte d'éventuelles difficultés liées à un handicap moteur

Concevoir des supports de communication afin d'assurer une diffusion en élaborant des messages d'information et des visuels adaptés aux cibles (dont déficience visuelle, auditive)

Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés

Mener une négociation en construisant une proposition et en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte d'achat

Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients et prospects en animant un réseau, en fédérant une communauté, en améliorant la notoriété

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier de pratiques professionnelles : référencement de produits et services durables, actions de communication, dossier de presse ou web design, actions de développement, négociation, animation d'un réseau.

Oral : présentation des actions menées puis entretien individuel

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

1 année d'expérience en gestion d'entreprise ou commerciale.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur public ou privé (entreprise, association,

collectivité, administration) de tous les secteurs d'activités, particulièrement : commerce et distribution, industrie, services aux entreprises, économie sociale et solidaire, banque assurance, formation, bâtiment, services à la personne, sports et loisirs...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Conseiller / Consultant en développement d'entreprise
- Sales development representative
- Responsable régional / de secteur
- Responsable d'un centre de profit
- Responsable du développement (interne, commercial) / des ventes

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)	3 014 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · 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)	23 095
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Pour les titulaires d'une certification de niveau 4 : parcours de formation en 3 ans
- Pour les titulaires d'une certification de niveau 5 ou de niveau 4 avec trois années d'expérience liées au développement d'une organisation et avec accord du certificateur : parcours de formation en 1 an

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Au minimum 40 journées en entreprise pour mettre en application les compétences visées

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

- 1 professionnel ayant des responsabilités de management
- 2 professionnels en marketing / développement d'entreprise, commercial ou territorial

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	6 059 €
Selon la branche	4 564 € – 6 140 €
Prise en charge	Branches concernées
6 059 €	Valeur par défaut · 185 branches
6 140 €	CPNE Branche ITV, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE de l'immobilier, CPNE des Télécoms, CPNE des agents généraux d'assurance
4 564 €	CPNE de la branche de la librairie, CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEFP Carrières et matériaux
6 066 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 026 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 936 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
5 897 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
5 783 €	CPNE Travail Temporaire
5 400 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	27/06/2024
Durée de l'enregistrement	1 an
Date d'échéance de l'enregistrement	27/06/2025
Date de dernière délivrance possible	27/06/2029

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	160	7	95 %	74 %
2021	87	0	96 %	72 %
2020	18	0	100 %	67 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36728

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40889

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34465, RNCP35025, RNCP36149, RNCP36374, RNCP36607, RNCP36664, RNCP36728, RNCP36763, RS5367

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://formatives.fr/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39205/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	5
Organismes gestionnaires (CFA)	5
Organismes formateurs	5
Régions couvertes	4
Départements couverts	5
Organismes certifiés Qualiopi	5
Sessions	de 09/2024 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).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	9
Parcours menés à terme	9
Taux d'achèvement	100 %
Période	09/2024 – 04/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	11
Montant total engagé	31 400 €
Coût moyen par dossier	2 855 €
Durée moyenne	363 h
Période	09/2024 – 04/2025
France compétences	95 %
Reste à charge titulaire	5 %

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