

Manager du développement commercial

RNCP40240 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312, 312p, 312t
Formacode(s)	34554
Code(s) ROME	M1707, M1704, D1402, D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/02/2025
Date d'échéance	28/02/2028

Certificateur(s)

EFGC - EMD ECOLE DE MANAGEMENT · SIRET : 30515452800049

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ALTSUP	97930468000023	Former et organiser l'évaluation
ESC COMPIEGNE BUSINESS SCHOOL	90406880600010	Former et organiser l'évaluation
LYCEE TECHNIQUE LOUIS PASTEUR	78320232800036	Former et organiser l'évaluation
OGEC VINCENT DE PAUL	78320246800030	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le métier du Manager du développement commercial consiste à trouver des leviers de croissance pour aider l'entreprise qui l'emploie à croître. Avec une vision à moyen / long terme, ce professionnel du business détecte et développe des projets commerciaux stratégiques (nouveaux produits/services, partenariats, prospects...).

Il est chargé de générer des leviers de croissance pour pérenniser le développement commercial de l'entreprise sur le long terme et recherche en continue de nouvelles opportunités sur le marché pour augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise, ses contrats ses partenariats tout en instaurant une relation de confiance avec les clients et en pilotant le processus de vente des affaires du premier contact à la signature du contrat...

ACTIVITÉS VISÉES

Élaboration d'une étude de marché pour bâtir une stratégie commerciale cohérente

Pilotage de la mise en place d'un dispositif de veille commerciale

Définition des stratégies commerciale et marketing afin de développer les ventes et fidéliser les clients.

Définition d'une stratégie d'entrée sur un nouveau marché à l'international et identification des partenaires commerciaux pertinents à l'international

Élaboration d'un budget prévisionnel de la stratégie commerciale et du suivi de l'exécution du budget commercial afin d'atteindre les objectifs fixés et d'identifier d'éventuels écarts.

Définition d'un plan d'actions marketing et commerciales afin d'atteindre les objectifs visés par la stratégie

Analyse, gestion et développement du portefeuille clients et mise en place d'une stratégie de génération de leads afin

d'obtenir un taux élevé de transformation de prospects en clients.

Élaboration et conduite d'une stratégie de négociation commerciale (niveau national et international)

Définition des indicateurs de performance marketing et commerciaux

Pilotage de la force de vente

Pilotage de l'optimisation de l'expérience client

Élaboration d'un Business Plan afin d'étudier une opportunité de développement d'une nouvelle activité.

Pilotage de l'activité commerciale grâce à un outil CRM (logiciel de gestion de la relation client)

Animation d'une équipe de travail par le développement de stratégies de coopération et de collaboration entre services propres à favoriser l'engagement des collaborateurs au service d'une vision et d'une mission d'entreprise commune.

Analyse des besoins en compétences et recrutement de nouveaux talents

Stimulation de l'innovation et accompagnement du changement.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Élaborer une étude de marché à partir des données internes et externes à l'entreprise en déterminant les forces, faiblesses, menaces et opportunités au regard du positionnement des concurrents afin de pouvoir bâtir une stratégie commerciale pertinente

Piloter la mise en place d'un dispositif de veille commerciale et marketing en définissant les modalités de collecte, traitement et diffusion des informations sur les produits ou services afin d'être en mesure de répondre aux évolutions rapides du marché et aux besoins des consommateurs

Définir la stratégie commerciale sur la base de l'analyse effectuée du marché et en identifiant les avantages concurrentiels de l'entreprise, en déterminant les cibles et le positionnement des produits ou services sur le marché, les objectifs à atteindre ainsi que les enjeux RSE et notamment ceux touchant aux volets environnementaux et sociétaux afin que l'entreprise reste compétitive et développe ses ventes de manière durable et responsable

Définir en lien avec le service marketing une stratégie marketing permettant de mettre en œuvre la stratégie commerciale à partir des axes de développement validés par la Direction Générale, en définissant la Segmentation, le Ciblage et le Positionnement afin d'attirer et fidéliser les clients et intégrer les enjeux RSE, notamment ceux touchant aux volets environnementaux et sociétaux pour que la stratégie marketing soit durable et responsable

Définir une stratégie d'entrée sur un nouveau marché à l'international en identifiant les canaux de distribution les pertinents sur des marchés internationaux ciblés et évalués afin de contribuer à la compétitivité de l'entreprise et de conquérir des marchés internationaux et bâtir des partenariats solides et profitables

Élaborer le budget prévisionnel de la stratégie commerciale choisie en évaluant les différents coûts et résultats escomptés, des moyens alloués par la Direction Générale, en précisant les indicateurs et les modalités de suivi afin de valider les axes stratégiques choisis et de définir les arbitrages à réaliser.

Suivre l'exécution d'un budget commercial, en contrôlant les dimensions budgétaires et financières par le recensement, l'identification et le classement des dépenses et des recettes ainsi que par la mise en place d'un reporting auprès de la Direction Générale afin de vérifier la performance et la rentabilité des projets conduits et de décider des actions à mener au regard des écarts constatés entre les objectifs prévisionnels et les résultats atteints

Elaborer en lien avec le service concerné, un plan d'actions marketing sur la base du plan d'actions commerciales, en définissant le modèle de mix marketing et l'usage des techniques et outils digitaux de promotion nécessaires à l'activité de l'entreprise afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise et de réussir le développement des ventes de manière responsable et durable

Définir un plan d'actions commerciales phygiales (physiques et digitales)

et omnicanales adaptées aux évolutions du marché, en identifiant et analysant les besoins et évolutions des consommateurs, en décrivant de manière spécifique les moyens et actions concrètes à mettre en œuvre ainsi que les priorités afin d'atteindre les objectifs commerciaux fixés dans le cadre de la stratégie de manière responsable et durable

Analyser, gérer et développer le portefeuille clients en mettant en place une stratégie de génération de leads, en identifiant les leads qualifiés, en cherchant à optimiser le taux de conversion en clients afin d'accroître le nombre de clients, de les fidéliser et développer le chiffre d'affaires de l'entreprise

Élaborer une stratégie de négociation commerciale en tenant compte des besoins des clients et en déterminant les règles de négociation à appliquer, afin de maximiser les relations gagnantes auprès des interlocuteurs externes de l'entreprise

Mener une négociation commerciale complexe et la conclure en appréhendant les codes de l'entretien clientèle et en définissant un argumentaire de vente pertinent afin de favoriser les accords avec les clients B to B et grands comptes

Mener une négociation commerciale avec des prospects internationaux, en anglais, en appréhendant les codes de l'entretien clientèle, en adaptant son argumentaire aux codes culturels et au contexte local afin de développer un portefeuille de clients B2B internationaux

Définir les indicateurs de performance en associant le service marketing et le service commercial pour définir les KPI pertinents afin d'aligner les objectifs marketing sur les objectifs commerciaux

Piloter la force de vente par le suivi et l'accompagnement de ses équipes commerciales à l'aide de tableaux de bord, d'indicateurs précis et pertinents portant sur les opérations commerciales afin que les objectifs commerciaux préalablement définis puissent être atteints

Piloter l'optimisation de l'expérience client en créant des interactions positives avec lui tout au long du parcours d'achat afin d'entraîner sa fidélisation

, d'encourager la recommandation et de créer son attachement à la marque

Soumettre le développement d'une nouvelle activité à sa Direction, en évaluant les risques financiers, en choisissant un mode de financement adapté par le chiffrage et l'élaboration d'un Business Plan afin de vérifier si cette nouvelle activité peut être une opportunité réelle de croissance pour l'entreprise

Piloter l'activité commerciale grâce à un outil CRM, en gérant les interactions avec les clients, en traçant les opérations effectuées par les clients,

afin d'affiner la connaissance et le suivi des prospects et clients afin d'optimiser la gestion et le développement du portefeuille B2B

Décliner la stratégie d'entreprise en vision, missions et objectifs au sein de sa Direction en développant un style de management approprié à la mission, aux activités et aux profils de ses collaborateurs afin de susciter l'adhésion et l'engagement des membres de son équipe dans l'atteinte des objectifs généraux fixés

Animer une équipe internationale et multiculturelle en tenant compte des spécificités culturelles de chaque membre de l'équipe, en adaptant sa posture managériale et en gérant d'éventuelles incompréhensions ou différences au sein de l'équipe afin de fédérer l'équipe autour d'objectifs communs

Motiver ses équipes, en les impliquant, en construisant une culture d'équipe, en créant un environnement de travail stimulant et en favorisant la prise d'initiatives et l'autonomie, afin de fidéliser les talents et avoir une équipe performante

S'assurer de l'adéquation des compétences de son équipe au regard des objectifs définis, en menant des entretiens individuels avec les collaborateurs, des entretiens annuels d'évaluation et/ou des entretiens professionnels afin de mesurer les écarts et d'identifier les besoins en compétences pour réussir l'objectif fixé pour l'équipe

Recruter d'autres collaborateurs en fonction des écarts et des besoins en compétences identifiés, en lien avec le service RH afin de disposer d'équipes dont les compétences sont en phase avec l'objectif à atteindre

Définir un parcours d'intégration pour les nouveaux collaborateurs qui rejoignent l'équipe en leur donnant les clés de compréhension de l'entreprise, en les aidant à comprendre ce qui est attendu de leur part et en associant l'ensemble de l'équipe afin de réussir la prise de poste et de fidéliser les talents

Intégrer des personnes en situation de handicap, en les accompagnant, en définissant un parcours d'intégration spécifique, en adaptant leur poste et leurs conditions de travail à leurs besoins afin qu'ils puissent évoluer de manière fluide et performante au sein de l'entreprise

Favoriser l'innovation en accompagnant le changement, en intégrant les équipes au processus d'innovation pour construire une vision prospective commune, en identifiant les freins potentiels et en veillant à l'appropriation des nouveaux processus ou méthodes, afin de favoriser la compétitivité de l'entreprise et anticiper les changements du marché

Blocs de compétences

RNCP40240BC01 — Elaborer la stratégie commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer une étude de marché à partir des données internes et externes à l'entreprise en déterminant les forces, faiblesses, menaces et opportunités au regard du positionnement des concurrents afin de pouvoir bâtir une stratégie commerciale pertinente

Piloter la mise en place d'un dispositif de veille commerciale et marketing en définissant les modalités de collecte, traitement et diffusion des informations sur les produits ou services afin d'être en mesure de répondre aux évolutions rapides du marché et aux besoins des consommateurs

Définir la stratégie commerciale sur la base de l'analyse effectuée du marché et en identifiant les avantages

concurrentiels de l'entreprise, en déterminant les cibles et le positionnement des produits ou services sur le marché, les objectifs à atteindre ainsi que les enjeux RSE et notamment ceux touchant aux volets environnementaux et sociétaux afin que l'entreprise reste compétitive et développe ses ventes de manière durable et responsable

Définir en lien avec le service marketing une stratégie marketing permettant de mettre en œuvre la stratégie commerciale à partir des axes de développement validés par la Direction Générale, en définissant la Segmentation, le Ciblage et le Positionnement afin d'attirer et fidéliser les clients et intégrer les enjeux RSE, notamment ceux touchant aux volets environnementaux et sociétaux pour que la stratégie marketing soit durable et responsable

Définir une stratégie d'entrée sur un nouveau marché à l'international en identifiant les canaux de distribution les pertinents sur des marchés internationaux ciblés et évalués afin de contribuer à la compétitivité de l'entreprise et de conquérir des marchés internationaux et bâtir des partenariats solides et profitables

Élaborer le budget prévisionnel de la stratégie commerciale choisie en évaluant les différents coûts et résultats escomptés, des moyens alloués par la Direction Générale, en précisant les indicateurs et les modalités de suivi afin de valider les axes stratégiques choisis et de définir les arbitrages à réaliser

Suivre l'exécution d'un budget commercial, en contrôlant les dimensions budgétaires et financières par le recensement, l'identification et le classement des dépenses et des recettes ainsi que par la mise en place d'un reporting auprès de la Direction Générale afin de vérifier la performance et la rentabilité des projets conduits et de décider des actions à mener au regard des écarts constatés entre les objectifs prévisionnels et les résultats atteints

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production écrite individuelle - Étude de marché, dispositif de veille et stratégie commerciale et marketing

Étude de cas individuelle - Stratégie commerciale et marketing internationale

Étude de cas individuelle - Élaboration et suivi de budget

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 5 pour le parcours de préparation à la certification en 3 ans

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 6 pour le parcours de préparation à la certification en 2 ans.

Être inscrit à l'EMD-école de management.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Cela suppose d'avoir été admis après la soumission d'une candidature au parcours de préparation à la certification proposée par l'EMD école de management. Les étapes d'admission sont les suivantes :

1. Dépôt d'un dossier de candidature auprès du pôle admission*
2. Quatre tests psychotechniques: raisonnement abstrait, verbal, raisonnement numérique calculs, raisonnement numérique séquences.
3. Un entretien personnalisé avec un responsable de programme pour évaluer le parcours du candidat et ses compétences afin d'évaluer le besoin de formation;
4. Un entretien avec un jury composé de professionnels (dirigeants ou managers d'entreprise)
 - Le dossier de candidature comporte outre l'identité du candidat, son adresse, une lettre de motivation, un curriculum vitae et une copie de ses diplômes et titres.

RNCP40240BC02 — Piloter et mettre en œuvre la stratégie commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer en lien avec le service concerné, un plan d'actions marketing sur la base du plan d'actions commerciales, en définissant le modèle de mix marketing et l'usage des techniques et outils digitaux de promotion nécessaires à l'activité de l'entreprise afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise et de réussir le développement des ventes de manière responsable et durable

Définir un plan d'actions commerciales phygiales (physiques et digitales)

et omnicanales adaptées aux évolutions du marché, en identifiant et analysant les besoins et évolutions des consommateurs, en décrivant de manière spécifique les moyens et actions concrètes à mettre en œuvre ainsi que les priorités afin d'atteindre les objectifs commerciaux fixés dans le cadre de la stratégie de manière responsable et durable

Analyser, gérer et développer le portefeuille clients en mettant en place une stratégie de génération de leads, en identifiant les leads qualifiés, en cherchant à optimiser le taux de conversion en clients afin d'accroître le nombre de clients, de les fidéliser et développer le chiffre d'affaires de l'entreprise

Élaborer une stratégie de négociation commerciale en tenant compte des besoins des clients et en déterminant les

règles de négociation à appliquer, afin de maximiser les relations gagnantes auprès des interlocuteurs externes de l'entreprise

Mener une négociation commerciale complexe et la conclure en appréhendant les codes de l'entretien clientèle et en définissant un argumentaire de vente pertinent afin de favoriser les accords avec les clients B to B et grands comptes

Mener une négociation commerciale avec des prospects internationaux, en anglais, en appréhendant les codes de l'entretien clientèle, en adaptant son argumentaire aux codes culturels et au contexte local afin de développer un portefeuille de clients B2B internationaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Production écrite individuelle - Plan d'actions commerciales et marketing (avec outils digitaux)

Étude de cas individuelle - Analyse de portefeuille client et stratégie de prospection

Mise en situation professionnelle reconstituée - Négociation commerciale en français et en anglais

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 5 pour le parcours de préparation à la certification en 3 ans

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 6 pour le parcours de préparation à la certification en 2 ans.

Être inscrit à l'EMD-école de management.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Cela suppose d'avoir été admis après la soumission d'une candidature au parcours de préparation à la certification proposée par l'EMD école de management. Les étapes d'admission sont les suivantes :

1. Dépôt d'un dossier de candidature auprès du pôle admission*
 2. Quatre tests psychotechniques: raisonnement abstrait, verbal, raisonnement numérique calculs, raisonnement numérique séquences.
 3. Un entretien personnalisé avec un responsable de programme pour évaluer le parcours du candidat et ses compétences afin d'évaluer le besoin de formation;
 4. Un entretien avec un jury composé de professionnels (dirigeants ou managers d'entreprise)
- Le dossier de candidature comporte outre l'identité du candidat, son adresse, une lettre de motivation, un curriculum vitae et une copie de ses diplômes et titres

RNCP40240BC03 — Piloter la performance commerciale et le développement de l'activité

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les indicateurs de performance en associant le service marketing et le service commercial pour définir les KPI pertinents afin d'aligner les objectifs marketing sur les objectifs commerciaux

Piloter la force de vente par le suivi et l'accompagnement de ses équipes commerciales à l'aide de tableaux de bord, d'indicateurs précis et pertinents portant sur les opérations commerciales afin que les objectifs commerciaux préalablement définis puissent être atteints

Piloter l'optimisation de l'expérience client en créant des interactions positives avec lui tout au long du parcours d'achat afin d'entraîner sa fidélisation

, d'encourager la recommandation et de créer son attachement à la marque

Soumettre le développement d'une nouvelle activité à sa Direction, en évaluant les risques financiers, en choisissant un mode de financement adapté par le chiffrage et l'élaboration d'un Business Plan afin de vérifier si cette nouvelle activité peut être une opportunité réelle de croissance pour l'entreprise

Piloter l'activité commerciale grâce à un outil CRM, en gérant les interactions avec les clients, en traçant les opérations effectuées par les clients,

afin d'affiner la connaissance et le suivi des prospects et clients afin d'optimiser la gestion et le développement du portefeuille B2B

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas individuelle - Pilotage de la force de vente

Étude de cas individuelle - Management de l'expérience client

Travail écrit de groupe suivi d'une soutenance orale individuelle - Élaboration et soutenance d'un Business Plan.

Rapport professionnel

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 5 pour le parcours de préparation à la certification en 3 ans

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 6 pour le parcours de préparation à la certification en 2 ans.

Être inscrit à l'EMD-école de management.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Cela suppose d'avoir été admis après la soumission d'une candidature au parcours de préparation à la certification proposée par l'EMD école de management. Les étapes d'admission sont les suivantes :

1. Dépôt d'un dossier de candidature auprès du pôle admission*
 2. Quatre tests psychotechniques: raisonnement abstrait, verbal, raisonnement numérique calculs, raisonnement numérique séquences.
 3. Un entretien personnalisé avec un responsable de programme pour évaluer le parcours du candidat et ses compétences afin d'évaluer le besoin de formation;
 4. Un entretien avec un jury composé de professionnels (dirigeants ou managers d'entreprise)
- Le dossier de candidature comporte outre l'identité du candidat, son adresse, une lettre de motivation, un curriculum vitae et une copie de ses diplômes et titres

RNCP40240BC04 — Manager une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

Décliner la stratégie d'entreprise en vision, missions et objectifs au sein de sa Direction en développant un style de management approprié à la mission, aux activités et aux profils de ses collaborateurs afin de susciter l'adhésion et l'engagement des membres de son équipe dans l'atteinte des objectifs généraux fixés

Animer une équipe internationale et multiculturelle en tenant compte des spécificités culturelles de chaque membre de l'équipe, en adaptant sa posture managériale et en gérant d'éventuelles incompréhensions ou différences au sein de l'équipe afin de fédérer l'équipe autour d'objectifs communs

Motiver ses équipes, en les impliquant, en construisant une culture d'équipe, en créant un environnement de travail stimulant et en favorisant la prise d'initiatives et l'autonomie, afin de fidéliser les talents et avoir une équipe performante

S'assurer de l'adéquation des compétences de son équipe au regard des objectifs définis, en menant des entretiens individuels avec les collaborateurs, des entretiens annuels d'évaluation et/ou des entretiens professionnels afin de mesurer les écarts et d'identifier les besoins en compétences pour réussir l'objectif fixé pour l'équipe

Recruter d'autres collaborateurs en fonction des écarts et des besoins en compétences identifiés, en lien avec le service RH afin de disposer d'équipes dont les compétences sont en phase avec l'objectif à atteindre

Définir un parcours d'intégration pour les nouveaux collaborateurs qui rejoignent l'équipe en leur donnant les clés de compréhension de l'entreprise, en les aidant à comprendre ce qui est attendu de leur part et en associant l'ensemble de l'équipe afin de réussir la prise de poste et de fidéliser les talents

Intégrer des personnes en situation de handicap, en les accompagnant, en définissant un parcours d'intégration spécifique, en adaptant leur poste et leurs conditions de travail à leurs besoins afin qu'ils puissent évoluer de manière fluide et performante au sein de l'entreprise

Favoriser l'innovation en accompagnant le changement, en intégrant les équipes au processus d'innovation pour construire une vision prospective commune, en identifiant les freins potentiels et en veillant à l'appropriation des nouveaux processus ou méthodes, afin de favoriser la compétitivité de l'entreprise et anticiper les changements du marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée - Management d'une équipe commerciale et marketing

Étude de cas - Recrutement et intégration des collaborateurs

Étude de cas individuelle : Conduite du changement

Le candidat devra structurer une démarche globale d'innovation en prévoyant l'accompagnement de l'ensemble des phases du changement.

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 5 pour le parcours de préparation à la certification en 3 ans

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 6 pour le parcours de préparation à la certification en 2 ans.

Être inscrit à l'EMD-école de management.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Cela suppose d'avoir été admis après la soumission d'une candidature au parcours de préparation à la certification proposée par l'EMD école de management. Les étapes d'admission sont les suivantes :

1. Dépôt d'un dossier de candidature auprès du pôle admission*
 2. Quatre tests psychotechniques: raisonnement abstrait, verbal, raisonnement numérique calculs, raisonnement numérique séquences.
 3. Un entretien personnalisé avec un responsable de programme pour évaluer le parcours du candidat et ses compétences afin d'évaluer le besoin de formation;
 4. Un entretien avec un jury composé de professionnels (dirigeants ou managers d'entreprise)
- Le dossier de candidature comporte outre l'identité du candidat, son adresse, une lettre de motivation, un curriculum vitae et une copie de ses diplômes et titres.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La certification répond à un besoin de compétences en développement commercial, exprimé par des entreprises de toute taille (PME, ETI et GE), tout secteur d'activité, toute présence géographique (régionale/nationale/internationale), par des cadres.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les listes suivantes, non exhaustives, présentent les différentes fonctions que peuvent exercer les détenteurs de la certification.

A l'issue de la certification, à court terme, les titulaires de la certification peuvent occuper les postes de :

Développeur d'affaires / Business developer
Ingénieur d'affaires / Chargé d'affaires
Ingénieur commercial
Ingénieur des ventes
Chef des ventes
Customer care manager, Customer success manager
Category manager
Responsable commercial
Responsable technico-commercial
Responsable d'affaires
Responsable de secteur
Responsable de la gestion clientèle
Chef département achats
Chargé de développement commercial
Commercial grands comptes
Chef de produit / services
Chef de produit digital

A partir de cinq ans d'expérience professionnelle (à moyen terme), les titulaires de la certification peuvent évoluer vers les postes de : Responsable commercial grands comptes / Key account manager - Responsable développement international

- Directeur export /import -Directeur commercial (B to B) -Directeur commercial international
- Directeur du développement -Développeur commercial grands comptes -Sales Manager -Directeur des ventes -Directeur de clientèle -Directeur des achats -Directeur expérience client
- Directeur de Business Unit

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

NON CONCERNE

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)	2 887 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)	33 329
Jugés difficiles à recruter	36 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux 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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au parcours de préparation à la certification à l'EMD le candidat devra :

Avoir obtenu un titre ou validé un niveau de qualification équivalent au niveau 6 pour le parcours de préparation à la certification en 2 ans.

Etre inscrit à l'EMD-école de management.

La certification n'est pas accessible à des candidats "libres".

Cela suppose d'avoir été admis après la soumission d'une candidature au parcours de préparation à la certification proposée par l'EMD école de management. Les étapes d'admission sont les suivantes : Dépôt d'un dossier de candidature auprès du pôle admission - Un entretien personnalisé avec un responsable de programme pour évaluer le parcours du candidat et ses compétences afin d'évaluer le besoin de formation ;

Le dossier de candidature comporte outre l'identité du candidat, son adresse, une lettre de motivation, un curriculum vitae et une copie de ses diplômes et titres.

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

Le jury est composé chacun de trois membres, de deux professionnels externes à l'EMD et ayant une expérience professionnelle attestée en lien direct avec le métier visé par le candidat à la certification et une personne interne à l'EMD n'ayant aucun lien avec les candidats.

A ces membres, s'ajoute un représentant pédagogique de l'organisme de formation, choisi parmi les intervenants, référents et/ou Responsables de programme. Ce représentant a une voix exclusivement consultative pour renseigner le jury sur l'évolution des candidats en voie d'accès par la formation.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé chacun de trois membres, de deux professionnels externes à l'EMD et ayant une expérience professionnelle attestée en lien direct avec le métier visé par le candidat à la certification et une personne interne à l'EMD n'ayant aucun lien avec les candidats.

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	8 775 €
Selon la branche	7 000 € – 10 278 €
Prise en charge	Branches concernées
8 775 €	Valeur par défaut · 185 branches
10 278 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Travail Temporaire, CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
9 610 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
9 271 €	CPNEFP Mutualité
9 080 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
9 005 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
9 000 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
8 813 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 396 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 370 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 280 €	CPNEFP du Crédit Mutuel
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	28/02/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/02/2028
Date de dernière délivrance possible	28/02/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	67	0	95 %	—
2022	59	0	86 %	—
2021	64	0	93 %	—
2020	72	0	88 %	74 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36607

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP36607, RNCP36608

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.emd.fr/je-me-forme/#>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40240/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	12 000 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
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).