

Manager d'affaires

RNCP40257 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 312t, 313
Formacode(s)	34582, 34085, 34590
Code(s) ROME	D1406, H1102, M1707, M1302
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/02/2025
Date d'échéance	28/02/2028

Certificateur(s)

MANITUDE · SIRET : 49136841100063

Partenaires habilités

142 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 142 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACADEMIE DE RENFORCEMENT DES COMPETENCES ET DU SAVOIR	93429706000014	Former
ACADEMY OF MANAGEMENT AND INTELLIGENCE TECHNOLOGY	92335868300012	Former
ACADEMY OF MANAGEMENT AND INTELLIGENCE TECHNOLOGY	92335868300038	Former
ADESA	39333773800065	Former
ADG	52004190600030	Former
ADG	52004190600048	Former
ALTERNANCE ACADEMY	44883533000037	Former
ALTERNANCE ALSACE	88803859300040	Former
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200022	Former
ALTERNANCE AUVERGNE	78911807200055	Former

Liste complète des 142 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40257-manager-d-affaires/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le manager d'affaires analyse les besoins de ses futurs clients et des clients déjà acquis pour construire une offre commerciale sur-mesure et à haute valeur ajoutée. Il gère un portefeuille clients et en recherche de nouveaux par une prospection active et ciblée. Interlocuteur privilégié du client dans l'entreprise, le professionnel suit l'intégralité du projet, du devis à la facturation

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'une étude de l'écosystème économique du secteur sur lequel l'entreprise intervient

Elaboration de la stratégie de développement à soumettre en comité de direction

Budgétisation de la stratégie commerciale et de sa mise en œuvre
 Conquête de nouveaux clients
 Fidélisation des clients existants
 Conception d'une offre commerciale complexe adaptée aux exigences des clients à forte valeur ajoutée
 Préparation, négociation et conclusion d'une vente complexe
 Organisation de son travail et de celui des équipes concernées par le projet
 Encadrement et suivi des équipes internes et externes
 Maintien et développement des compétences des collaborateurs directs, en accord avec la direction générale et la RH
 Recrutement, avec le service RH, des compétences à la réalisation du projet de développement des affaires
 Coordination de la réalisation de l'affaire avec les équipes dédiées internes et externes
 Conduite et contrôle des procédures administratives, fiscales, réglementaires et juridiques nécessaires au succès et à la pérennité de l'activité
 Suivi et compte-rendu d'activité
 Gestion des situations de crise

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser une étude du marché en mettant en place une démarche de veille pour anticiper les évolutions du secteur et du marché afin de détecter les facteurs clés de succès (FCS) et les opportunités de croissance pour l'entreprise
 Déterminer les avantages concurrentiels à valoriser, en construisant une analyse interne de l'entreprise et une carte perceptuelle (ou mapping concurrentiel) des concurrents directs et indirects pour proposer des orientations commerciales positionnant l'entreprise dans les tendances actuelles du marché
 Définir le public-cible inclusif en utilisant les techniques de l'Ideal Customer Profile (ICP) pour garantir que la future offre commerciale trouvera sa place sur le marché en obtenant un fort potentiel de rentabilité
 Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs durables en tenant compte des forces et faiblesses de l'entreprise et des opportunités et menaces du marché pour élaborer, en collaboration avec le service marketing, la stratégie commerciale
 Décliner la stratégie commerciale en un plan d'action commercial (PAC) omnicanal inclusif, traduisant en résultats concrets les orientations à moyen et long termes de la stratégie pour construire, en accord avec le service marketing et communication, avec une feuille de route, respectueuse de la RSE, de la législation et des contraintes de l'entreprise
 Elaborer le budget du plan d'action commercial en calculant, à l'aide d'un tableur, l'investissement financier marketing et commercial annuel préconisé dans le plan d'action pour calculer les ratios de rentabilité (seuil et point mort) afin de réaliser les arbitrages jusqu'à ce que l'équilibre entre la satisfaction des objectifs de la stratégie et les moyens engagés soit trouvé
 Argumenter les éléments du budget et les ratios de rentabilité auprès de la direction générale en préparant un support de présentation adapté aux diversités pour obtenir une validation par les dirigeants et les actionnaires
 Construire un plan de prospection commerciale en décidant des différentes techniques et canaux de prospection à utiliser au regard des objectifs fixés et des personae ciblés pour permettre aux équipes d'être efficace et de gagner du temps dans la conquête de nouveaux clients tout en respectant la législation et les contraintes de l'entreprise
 Mesurer la performance de la stratégie de prospection en mettant en place un processus de suivi (indicateurs, fréquence, outils de remontée automatisée de l'information, etc) pour vérifier la pertinence de la stratégie mise en place et connaître le coût d'acquisition d'un nouveau client
 Chiffrer, en concertation avec la hiérarchie et l'équipe-métier dédiée, les propositions aux appels d'offres sélectionnées en amont, pour rédiger les réponses et constituer un dossier conforme au cahier des charges du donneur d'ordre
 Valoriser le portefeuille clients actuel en réalisant une cartographie des clients actuels en s'appuyant sur les données du CRM pour déterminer les priorités commerciales et mettre en place des actions de fidélisation destinées aux clients à forte valeur ajoutée afin de développer les ventes actuelles
 Communiquer régulièrement de façon individualisée avec les clients en adaptant le message aux spécificités des canaux et supports choisis (physique, à distance, numérique, etc) pour créer une expérience client personnalisée, augmenter le CLV et réduire le taux d'attrition
 Comprendre les besoins, les enjeux et les acteurs impliqués dans le projet d'achat du prospect en utilisant les techniques d'écoute active, en prenant en compte les situations de handicap et en instaurant un climat de confiance pour coconstruire (avec le prospect et l'équipe) une offre adaptée au projet B2B ou B2C

Négocier, en français et/ou en anglais, avec les différentes parties concernées, les solutions techniques, financières et/ou logistiques complexes en s'appuyant sur les éléments de l'USP préparés en amont pour traiter de façon inclusive les objections des différents interlocuteurs dans une position de conseil afin de trouver une solution préservant les intérêts de chacune des parties

Conclure la négociation par une transaction respectueuse des intérêts des deux parties et du triptyque (QCD) Qualité-Coût-Délai, en utilisant une technique de closing adaptée à la situation pour obtenir un accord définitif de la part du client et des recommandations actives de clients potentiels

Informar les équipes internes et externes sur l'importance des affaires en cours et sur les stratégies à employer en expliquant et en organisant la contribution individuelle de chacun pour atteindre les objectifs fixés dans le respect des engagements sociaux et sociétaux de l'entreprise et des réglementations afin de fédérer autour des défis (objectifs/résultats attendus)

Mettre en œuvre des techniques inclusives d'animation d'équipes internes et externes, adaptées au contexte d'entreprise (mobiliser, encourager, en face à face, à distance, en hybride) pour développer le sentiment d'appartenance et détecter les signaux annonciateurs de tensions

Suivre le travail des équipes et des partenaires en mettant en place des outils et des méthodes de travail collaboratif tels que messagerie instantanée, organisation de visioconférences, calendrier partagé, stockage et partage de données pour détecter les écarts de résultats afin de proposer des actions correctives

Solutionner les conflits entre collaborateurs en se positionnant comme médiateur ou arbitre pour trouver un accord acceptable et durable pour chacun des protagonistes

Participer à la mise en œuvre de la démarche de Gestion des Emplois et Parcours Professionnels (GEPP) au sein de l'entreprise en cartographiant les besoins nécessaires à la réalisation de l'affaire pour vérifier au cours d'un entretien les compétences et les aspirations des collaborateurs afin de fixer les actions de recrutement et de formation

Rédiger une fiche de poste inclusive en définissant les compétences nécessaires à la réalisation de l'affaire pour recruter un candidat ou rechercher un partenaire externe en adéquation avec le besoin, l'organisation, la stratégie et les valeurs de l'entreprise

Organiser la coordination et la coopération des différents intervenants internes et externes en lien avec l'activité (spécialistes juridique, technique, commercial, logistique, marketing, etc) en utilisant la méthode du Lean Management pour améliorer la performance de l'entreprise en éliminant les coûts superflus et en limitant le gaspillage des ressources

Superviser la rédaction, l'obtention et la mise à disposition de l'ensemble des documents et actes administratifs obligatoires à la bonne réalisation du projet (demandes d'autorisation, déclarations, contrats, etc) pour être en conformité légale et fiscale avec les impératifs de l'activité

Elaborer un processus de gestion des litiges (client, fournisseurs, partenaires, etc) respectant le cadre réglementaire et les process de l'entreprise pour participer à l'instruction, au suivi et à la résolution des contentieux afin de préserver la satisfaction client, les risques d'impayés et la rentabilité de l'activité

Concevoir des outils de pilotage et de suivi (tableaux de bord) en choisissant les indicateurs de la performance intégrant les notions de Qualité-coût/rentabilité-délai et les engagements sociaux et sociétaux pour vérifier l'harmonisation de la stratégie et des activités opérationnelles mises en œuvre et leur efficacité

Synthétiser, en utilisant des outils de bureautique, les données des résultats et les conditions dans lesquelles ils ont été réalisés en rédigeant un rapport d'activité pour évaluer la rentabilité de son activité et prendre des décisions éclairées permettant d'améliorer la croissance

Rédiger un plan de gestion de crise en déterminant les crises les plus susceptibles de nuire à l'activité et leur impact commercial, social, sociétal pour préparer l'équipe et réduire au maximum les dommages à long terme causés à l'activité

Blocs de compétences

RNCP40257BC01 — Définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale durable en fonction des objectifs de rentabilité économiques fixés par le comité de direction

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une étude du marché en mettant en place une démarche de veille pour anticiper les évolutions du secteur et du marché afin de détecter les facteurs clés de succès (FCS) et les opportunités de croissance pour l'entreprise

Déterminer les avantages concurrentiels à valoriser, en construisant une analyse interne de l'entreprise et une carte perceptuelle (ou mapping concurrentiel) des concurrents directs et indirects pour proposer des orientations

commerciales positionnant l'entreprise dans les tendances actuelles du marché

Définir le public-cible inclusif en utilisant les techniques de l'Ideal Customer Profile (ICP) pour garantir que la future offre commerciale trouvera sa place sur le marché en obtenant un fort potentiel de rentabilité

Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs durables en tenant compte des forces et faiblesses de l'entreprise et des opportunités et menaces du marché pour élaborer, en collaboration avec le service marketing, la stratégie commerciale

Décliner la stratégie commerciale en un plan d'action commercial (PAC) omnicanal inclusif, traduisant en résultats concrets les orientations à moyen et long termes de la stratégie pour construire, en accord avec le service marketing et communication, avec une feuille de route, respectueuse de la RSE, de la législation et des contraintes de l'entreprise

Elaborer le budget du plan d'action commercial en calculant, à l'aide d'un tableur, l'investissement financier marketing et commercial annuel préconisé dans le plan d'action pour calculer les ratios de rentabilité (seuil et point mort) afin de réaliser les arbitrages jusqu'à ce que l'équilibre entre la satisfaction des objectifs de la stratégie et les moyens engagés soit trouvé

Argumenter les éléments du budget et les ratios de rentabilité auprès de la direction générale en préparant un support de présentation adapté aux diversités pour obtenir une validation par les dirigeants et les actionnaires

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée individuelle écrite et orale.

En prenant appui sur l'entreprise d'accueil des stagiaires de la formation durant leur période d'alternance ou de stage, le candidat réalise un dossier préconisant une stratégie de développement commercial de l'entreprise sur son secteur d'activité.

Un cahier des charges précisant les points à détailler dans le dossier est remis au candidat et reprend l'ensemble des compétences du bloc 1.

Le dossier écrit est soutenu oralement devant un jury indépendant d'experts du métier visé.

RNCP40257BC02 — Développer l'activité commerciale par la conquête et la fidélisation client en s'appuyant sur les processus de transformation digitale mis en place par l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire un plan de prospection commerciale en décidant des différentes techniques et canaux de prospection à utiliser au regard des objectifs fixés et des personae ciblés pour permettre aux équipes d'être efficace et de gagner du temps dans la conquête de nouveaux clients tout en respectant la législation et les contraintes de l'entreprise

Mesurer la performance de la stratégie de prospection en mettant en place un processus de suivi (indicateurs, fréquence, outils de remontée automatisée de l'information, etc.) pour vérifier la pertinence de la stratégie mise en place et connaître le coût d'acquisition d'un nouveau client

Chiffrer, en concertation avec la hiérarchie et l'équipe-métier dédiée, les propositions aux appels d'offres sélectionnées en amont, pour rédiger les réponses et constituer un dossier conforme au cahier des charges du donneur d'ordre

Valoriser le portefeuille clients actuel en réalisant une cartographie des clients actuels en s'appuyant sur les données du CRM pour déterminer les priorités commerciales et mettre en place des actions de fidélisation destinées aux clients à forte valeur ajoutée afin de développer les ventes actuelles

Communiquer régulièrement de façon individualisée avec les clients en adaptant le message aux spécificités des canaux et supports choisis (physique, à distance, numérique, etc.) pour créer une expérience client personnalisée, augmenter le CLV et réduire le taux d'attrition

Comprendre les besoins, les enjeux et les acteurs impliqués dans le projet d'achat du prospect en utilisant les techniques d'écoute active, en prenant en compte les situations de handicap et en instaurant un climat de confiance pour coconstruire (avec le prospect et l'équipe) une offre adaptée au projet B2B ou B2C

Négocier, en français et/ou en anglais, avec les différentes parties concernées, les solutions techniques, financières et/ou logistiques complexes en s'appuyant sur les éléments de l'USP préparés en amont pour traiter de façon inclusive les objections des différents interlocuteurs dans une position de conseil afin de trouver une solution préservant les intérêts de chacune des parties

Conclure la négociation par une transaction respectueuse des intérêts des deux parties et du triptyque (QCD) Qualité-Coût-Délai, en utilisant une technique de closing adaptée à la situation pour obtenir un accord définitif de la part du client et des recommandations actives de clients potentiels

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée individuelle écrite et orale. En prenant appui sur l'entreprise d'accueil des

stagiaires de la formation durant leur période d'alternance ou de stage, le candidat : Construit un plan de prospection ; Propose un processus de suivi de l'efficacité de la prospection (indicateurs, méthode de collecte des données, fréquence d'analyse, etc.) ; Réalise une cartographie du portefeuille clients actuel de l'entreprise et émet des préconisations d'amélioration ; Préconise une communication ciblée sur différents supports. Le dossier écrit est soutenu oralement devant un jury indépendant d'experts du métier visé.

Mise en situation professionnelle simulée individuelle écrite et orale. Sur la base d'un cahier des charges fictif et de documents annexes fournis par le certificateur, le candidat rédige une réponse complète à une demande d'appel d'offre. Le dossier écrit est soutenu oralement devant un jury indépendant d'experts du métier visé.

Mise en situation professionnelle reconstituée individuelle orale. Le candidat participe à un jeu de rôle dans lequel il est le manager d'affaires. Les membres du jury se partagent les autres rôles (clients ou partenaires). Les éléments détaillés du jeu de rôle sont fournis par le certificateur en amont au candidat qui dispose d'un temps de préparation avant sa prestation. Le candidat : Mène un entretien de découverte des besoins du client puis rédige une offre commerciale en fonction des éléments issus de l'entretien ; Réalise une synthèse de la proposition commerciale ; Négocie la proposition en français et en anglais jusqu'à trouver un terrain d'entente ; Formalise une proposition finale en fonction de la négociation ; Obtient une recommandation active du client.

RNCP40257BC03 — Manager une équipe de collaborateurs et un réseau de partenaires (suivi, animation, accompagnement, recrutement)

LISTE DE COMPÉTENCES

Informar les équipes internes et externes sur l'importance des affaires en cours et sur les stratégies à employer en expliquant et en organisant la contribution individuelle de chacun pour atteindre les objectifs fixés dans le respect des engagements sociaux et sociétaux de l'entreprise et des réglementations afin de fédérer autour des défis (objectifs/résultats attendus)

Mettre en œuvre des techniques inclusives d'animation d'équipes internes et externes, adaptées au contexte d'entreprise (mobiliser, encourager, en face à face, à distance, en hybride) pour développer le sentiment d'appartenance et détecter les signaux annonciateurs de tensions

Suivre le travail des équipes et des partenaires en mettant en place des outils et des méthodes de travail collaboratif tels que messagerie instantanée, organisation de visioconférences, calendrier partagé, stockage et partage de données pour détecter les écarts de résultats afin de proposer des actions correctives.

Solutionner les conflits entre collaborateurs en se positionnant comme médiateur ou arbitre pour trouver un accord acceptable et durable pour chacun des protagonistes

Participer à la mise en œuvre de la démarche de Gestion des Emplois et Parcours Professionnels (GEPP) au sein de l'entreprise en cartographiant les besoins nécessaires à la réalisation de l'affaire pour vérifier au cours d'un entretien les compétences et les aspirations des collaborateurs afin de fixer les actions de recrutement et de formation

Rédiger une fiche de poste inclusive en définissant les compétences nécessaires à la réalisation de l'affaire pour recruter un candidat ou rechercher un partenaire externe en adéquation avec le besoin, l'organisation, la stratégie et les valeurs de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée individuelle orale. Sur la base d'un contexte fictif fourni par le certificateur, le candidat participe à une réunion de lancement d'un projet. Le candidat joue le rôle du manager d'affaires, les autres membres du jury représentent l'équipe de collaborateurs internes et externes. Durant la réunion, le candidat échange avec les collaborateurs sur les sujets suivants : Les détails du nouveau projet ; Les techniques d'animation qu'il souhaite mettre en place ; Les outils collaboratifs et les points de suivi que les équipes vont devoir utiliser ; Il traite les situations de tension ou de conflit émergentes entre certains participants durant la réunion. Un jury observateur évalue la prestation du candidat à l'aide d'une grille d'évaluation transmise par le certificateur.

Mise en situation professionnelle reconstituée individuelle écrite et orale. Le candidat dispose d'un cahier des charges fictif composé d'un contrat d'affaires signé par une entreprise fourni par le certificateur. Le candidat élabore : Une cartographie des compétences ; Un plan de formation ; Des fiches de postes associées aux compétences manquantes ; Une grille d'entretien de recrutement. Durant le jeu de rôle, le candidat mène un entretien de recrutement avec un des membres du jury évaluateurs qui joue le rôle d'un candidat.

RNCP40257BC04 — Piloter l'activité d'un centre de profit

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser la coordination et la coopération des différents intervenants internes et externes en lien avec l'activité (spécialistes juridique, technique, commercial, logistique, marketing, etc.) en utilisant la méthode du Lean

Management pour améliorer la performance de l'entreprise en éliminant les coûts superflus et en limitant le gaspillage des ressources

Superviser la rédaction, l'obtention et la mise à disposition de l'ensemble des documents et actes administratifs obligatoires à la bonne réalisation du projet (demandes d'autorisation, déclarations, contrats, etc.) pour être en conformité légale et fiscale avec les impératifs de l'activité

Elaborer un processus de gestion des litiges (client, fournisseurs, partenaires, etc.) respectant le cadre réglementaire et les process de l'entreprise pour participer à l'instruction, au suivi et à la résolution des contentieux afin de préserver la satisfaction client, les risques d'impayés et la rentabilité de l'activité

Concevoir des outils de pilotage et de suivi (tableaux de bord) en choisissant les indicateurs de la performance intégrant les notions de Qualité-coût/rentabilité-délai et les engagements sociaux et sociétaux pour vérifier l'harmonisation de la stratégie et des activités opérationnelles mises en œuvre et leur efficacité

Synthétiser, en utilisant des outils de bureautique, les données des résultats et les conditions dans lesquelles ils ont été réalisés en rédigeant un rapport d'activité pour évaluer la rentabilité de son activité et prendre des décisions éclairées permettant d'améliorer la croissance

Rédiger un plan de gestion de crise en déterminant les crises les plus susceptibles de nuire à l'activité et leur impact commercial, social, sociétal pour préparer l'équipe et réduire au maximum les dommages à long terme causés à l'activité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée collective écrite à partir d'un contexte d'entreprise transmis par le certificateur. Le groupe élabore un dossier professionnel collectif à partir d'un cas pratique et de ses annexes sur le pilotage de l'activité d'un centre de profit. Le dossier est argumenté individuellement à l'oral devant un jury indépendant d'experts du métier visé.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Cette activité professionnelle peut s'exercer dans tous les secteurs ayant besoin de développer la vente de produits et services. Le manager d'affaires évolue dans des entreprises hétérogènes de par leurs secteurs d'activités (ex. conseil, alimentaire, automobile, sport et loisirs, information et communication, électroménager, transport/logistique, industrie de santé, ressources humaines, etc.), zones géographiques (France, international), taille (très petite, petite, moyenne, intermédiaire, grande entreprise), services (marketing, informatique, financier, RH, etc.).

Le manager d'affaires exerce son activité généralement au sein d'entreprises de taille intermédiaire ou des grandes entreprises, voire dans de plus petites structures qui ont des objectifs stratégiques de développement.

Avec de l'expérience, le manager d'affaires est en capacité de travailler en tant qu'indépendant pour des petites structures ou bien pour le déploiement d'une marque à l'international. Ses qualités d'entrepreneur (gestion financière, des ressources humaines, vision stratégique commerciale et marketing) lui permettent de mener à bien des missions en freelance.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Manager d'affaires

Business manager

Business developer

Account executive

Chargé d'affaires

Ingénieur d'affaires

Responsable du développement commercial/responsable commercial

Technico-commercial grands comptes

Développeur des ventes

Business development representative

Ingénieur commercial

Directeur / responsable d'agence

Directeur commercial

Sales Developer

Responsable des ventes

Chef des ventes

Directeur général
Directeur de magasin
Responsable e-commerce

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'exercice du métier ou de l'activité professionnelle n'implique pas la détention préalable par le candidat d'un titre ou d'une qualité, ce qui fait que l'accès au métier n'est pas réglementé. En revanche, au quotidien, le manager d'affaires est confronté à différents règlements, normes ou aspects juridiques, qu'il doit connaître dans l'exercice de ses fonctions. Ces impératifs figurent dans le référentiel de certification :

La réglementation en matière de prise en compte du handicap dans les situations de travail

Les aspects législatifs en matière de RSE

Le règlement général sur la protection des données (RGPD) visant le traitement des données à caractère personnel sur les différents outils digitaux utilisés

Le code du travail sur tous les domaines que les ressources humaines gèrent, notamment le pilotage et la planification des ressources humaines

Les différents codes en vigueur qui concernent l'entreprise, par exemple le code du commerce, sur des problématiques liées au droit de la concurrence

Le droit des contrats

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)	2 975 €
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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	40 544
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Prérequis Initial en Alternance :

Le cursus de 2 ans préparant à la Certification professionnelle « Manager d'Affaires » s'adresse aux apprenants titulaires d'un diplôme de niveau 6 (Bac + 3).

Sur demande de dérogation, il est néanmoins possible d'inscrire des candidats en 1ère année s'ils justifient d'un Niveau 6 (Bac + 3) et de 2 années d'expérience professionnelle dans le secteur.

La 2ème année du cycle préparant à la certification professionnelle « Manager d'Affaires » Niveau 7 est accessible aux apprenants qui justifient d'un Bac + 4 validé ou équivalent inscrit au RNCP ou bénéficiant d'une procédure de validation des acquis, et d'une dispense d'enseignement des blocs de compétences suivants :

Bloc 1 - Définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale durable en fonction des objectifs de rentabilité économiques fixés par le comité de direction

Bloc 2- Développer l'activité commerciale par la conquête et la fidélisation client en s'appuyant sur les processus de transformation digitale mis en place par l'entreprise

La dispense d'enseignement fait l'objet d'une demande auprès d'une commission présidée par le Certificateur qui étudie le dossier de demande de dispense au regard de la formation antérieure validée et du parcours professionnel. Cette dispense d'enseignement des blocs cités ci-dessus n'ouvre pas droit à une équivalence ; les blocs de compétences concernés feront l'objet d'une évaluation.

Prérequis Formation professionnelle continue : Pour accéder directement à la certification, les candidats doivent obligatoirement justifier d'un des prérequis suivants : être titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 6 (Bac +3 / bac+4 ou équivalent) - ou, être titulaire d'un diplôme ou d'une certification professionnelle de niveau 5 (Bac +2 ou équivalent) avec une expérience professionnelle d'au moins 3 ans dans le domaine du management et/ou commercial ;

Sur demande de dérogation, il est néanmoins possible d'inscrire des candidats s'ils justifient :

d'un niveau 6 (Bac + 3) et de 2 années d'expérience professionnelle dans le secteur.

d'un niveau 5 (Bac +2) dans le domaine managérial et commercial et de 5 années d'expérience professionnelle dans le secteur;

Pour tous les candidats, la procédure de sélection s'effectue au travers d'un dossier de candidature validant les prérequis, ainsi que l'adéquation du projet professionnel avec les objectifs de la formation. La qualité de l'expérience professionnelle est laissée à l'appréciation de la commission d'entrée en formation. Si nécessaire, un entretien individuel de motivation est organisé et un test de positionnement.

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

Le jury est composé d'un représentant Manitude et deux représentants 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	6 816 €
Selon la branche	6 500 € – 6 816 €
Prise en charge	Branches concernées
6 816 €	Valeur par défaut · 208 branches
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la branche des industries et commerces de la récupération

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	804	0	69 %	47 %
2022	571	0	85 %	48 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36502

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34391, RNCP35164, RNCP35961, RNCP36320, RNCP36502, RNCP38466

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40257/>

Où se former

Formations référencées	10
Organismes	9
Régions couvertes	4
Prix indicatif	2 490 € – 15 900 €
Durée	910 – 2030 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	42
Organismes gestionnaires (CFA)	40
Organismes formateurs	41
Régions couvertes	13
Départements couverts	27
Organismes certifiés Qualiopi	41
Formations à distance	2
Sessions	de 08/2025 à 08/2029

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	8
Parcours menés à terme	2
Taux d'achèvement	25 %

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	9
Montant total engagé	33 812 €
Coût moyen par dossier	3 757 €
Durée moyenne	435 h
Période	09/2025 – 08/2026
France compétences	78 %
OPCO	20 %
Reste à charge titulaire	2 %

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