

Responsable Développement Commercial et Marketing

RNCP40447 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	32008, 34052, 34588, 34076
Code(s) ROME	M1705, D1402, D1301, D1503, D1211
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2028

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

CHAMBRE COMMERCE & INDUSTRIE PAU BEARN · SIRET : 18640002400060

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Diplôme en Marketing et développement commercial vise à certifier des professionnels capables d'exercer des fonctions stratégiques et opérationnelles dans le domaine du marketing et de la gestion commerciale.

La certification s'inscrit dans un environnement académique et professionnel en pleine mutation, marqué par la digitalisation croissante et l'émergence de nouveaux modèles économiques.

Eklora-ED répond aux exigences du marché en certifiant des professionnels agiles et adaptables, capables de s'intégrer rapidement dans des équipes pluridisciplinaires.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'études de marché quantitatives et qualitatives

Analyse des données pour identifier les tendances et opportunités

Compréhension et anticipation du comportement des consommateurs

Conception de plans marketing alignés sur les objectifs de l'entreprise

Mise en place d'actions marketing multicanales

Évaluation de l'efficacité des campagnes et ajustement des stratégies

Planification et coordination des projets liés au développement commercial

Gestion des ressources humaines, financières et matérielles d'un projet

Suivi et contrôle qualité des projets

Communication efficace à l'oral et à l'écrit dans un contexte professionnel et dans au moins une langue étrangère

Négociation avec des clients, fournisseurs et partenaires

Utilisation des plateformes numériques pour le marketing (SEO, réseaux sociaux, e-mailing)

Analyse des performances digitales à l'aide d'indicateurs clés

Développement et gestion d'une présence en ligne cohérente avec la stratégie de l'entreprise

Application des réglementations en vigueur dans le domaine du marketing et du commerce

Intégration des considérations éthiques dans les pratiques professionnelles

Utilise des techniques de prospection et de vente

Gestion et fidélisation d'un portefeuille clients

Conception de stratégies marketing pour des produits ou services innovants

Pilotage du lancement de nouvelles offres

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Concevoir des questionnaires et des guides d'entretien pour obtenir des données précises en tenant compte des objectifs de l'étude.

Collecter des données qualitatives et quantitatives pour identifier des insights exploitables en appliquant des méthodes statistiques

Utiliser des outils d'analyse statistique pour identifier des tendances significatives en exploitant des logiciels comme Excel, SPSS ou Tableau.

Synthétiser les résultats de l'analyse pour dégager des opportunités de marché en rédigeant des rapports clairs et pertinents.

Analyser les comportements d'achat et les motivations pour mieux comprendre les segments de marché en appliquant des théories comportementales.

Prévoir les tendances futures de consommation pour ajuster les stratégies marketing en utilisant des modèles prédictifs et des études comportementales.

Analyser les objectifs stratégiques de l'entreprise pour aligner le plan marketing en étudiant la vision, la mission et les priorités de l'entreprise.

Définir des actions marketing adaptées aux segments ciblés pour répondre aux attentes des clients en intégrant des analyses concurrentielles et de marché.

Choisir les canaux les plus performants pour maximiser l'impact des campagnes en s'appuyant sur les caractéristiques du public cible (SEO, SEA, réseaux sociaux).

Coordonner la diffusion des campagnes sur plusieurs canaux pour garantir une cohérence dans la communication en synchronisant les messages sur les supports en ligne et hors ligne.

Utiliser des indicateurs clés de performance (KPIs) pour mesurer l'efficacité des campagnes en analysant les taux de conversion, le ROI et l'engagement.

Ajuster les stratégies marketing pour améliorer les résultats des campagnes en prenant des décisions basées sur les données et les retours des campagnes précédentes.

Élaborer un plan de projet détaillé pour structurer les étapes de développement commercial en identifiant les ressources nécessaires et les délais à respecter.

Assurer la coordination des parties prenantes pour garantir l'exécution du projet en organisant des réunions régulières et des points d'avancement.

Évaluer les performances des équipes pour ajuster les ressources en cas de besoin en mettant en place des outils de suivi de performance.

Optimiser l'allocation des ressources pour respecter le budget et les délais du projet en utilisant des outils de gestion comme Trello ou MS Project.

Mettre en place des indicateurs de contrôle qualité pour suivre l'évolution du projet en réalisant des contrôles à chaque étape clé.

Vérifier la conformité des livrables pour garantir qu'ils respectent les attentes du client et les standards de qualité en organisant des validations internes avant livraison.

Rédiger des documents professionnels en anglais pour transmettre des informations claires et précises en appliquant des techniques de structuration et de formalisation adaptées

Adapter son discours selon l'interlocuteur pour une communication fluide en modulant le ton et le vocabulaire en fonction du contexte.

Préparer une stratégie de négociation pour maximiser les avantages commerciaux en analysant les objectifs des parties prenantes et les marges de manœuvre.

Conduire des négociations en face-à-face ou à distance pour conclure des accords avantageux en maîtrisant les techniques de persuasion et de concession.

Structurer une présentation convaincante pour capter l'attention des interlocuteurs en utilisant des supports visuels adaptés (PowerPoint, Prezi).

Optimiser le référencement naturel (SEO) pour accroître la visibilité en ligne en appliquant des techniques de mots-clés, de balisage et de backlinking

Gérer des campagnes sur les réseaux sociaux pour augmenter l'engagement des utilisateurs en créant du contenu pertinent et ciblé.

Utiliser des outils de suivi pour mesurer l'efficacité des actions en ligne en interprétant les données sur le trafic, les conversions et l'engagement.

Élaborer des rapports de performance pour ajuster les stratégies numériques en communiquant les résultats aux équipes et aux parties prenantes.

Maintenir une image de marque cohérente sur tous les canaux digitaux en alignant le contenu, le design et les messages sur la stratégie globale de l'entreprise.

Coordonner les actions digitales pour garantir la cohérence entre les différentes plateformes en unifiant les campagnes sur le web, les réseaux sociaux et les newsletters.

Respecter les obligations légales (RGPD, e-commerce) pour garantir la conformité des actions marketing en suivant les directives nationales et internationales.

Veiller à la protection des données personnelles pour respecter la vie privée des utilisateurs en appliquant les règles de gestion et de stockage des données.

Promouvoir un marketing responsable pour éviter les pratiques trompeuses ou agressives en respectant les principes de transparence et d'honnêteté.

Prendre en compte les enjeux environnementaux et sociaux pour adapter les stratégies marketing en appliquant des pratiques durables et écoresponsables.

Identifier et qualifier des prospects pour élargir le portefeuille clients en utilisant des outils de prospection digitale et physique.

Utiliser les techniques de vente consultative pour conclure des ventes complexes en adaptant l'offre aux besoins spécifiques du client.

Développer des stratégies de fidélisation pour renforcer les relations avec les clients existants en proposant des programmes adaptés.

Analyser le comportement des clients pour anticiper leurs besoins futurs en utilisant des données CRM et des enquêtes de satisfaction.

Analyser les tendances technologiques et concurrentielles pour anticiper les opportunités d'innovation en réalisant une veille active sur les nouveaux produits et services.

Développer une offre différenciante pour se démarquer sur le marché en intégrant des éléments d'innovation dans la stratégie marketing.

Coordonner les équipes internes et externes pour assurer un lancement efficace en suivant un plan de lancement détaillé (objectifs, ressources, délais).

Évaluer les performances du lancement pour ajuster les actions marketing en utilisant des indicateurs de suivi comme les ventes initiales, la notoriété et les retours clients.

Blocs de compétences

RNCP40447BC01 — Analyser le marché et le comportement du consommateur

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir des questionnaires et des guides d'entretien pour obtenir des données précises en tenant compte des objectifs de l'étude.

Collecter des données qualitatives et quantitatives pour identifier des insights exploitables en appliquant des méthodes statistiques

Utiliser des outils d'analyse statistique pour identifier des tendances significatives en exploitant des logiciels comme Excel, SPSS ou Tableau.

Ajuster les stratégies marketing à partir de l'analyse des données et des retours des campagnes précédentes, afin d'améliorer leurs résultats.

Analyser les comportements d'achat et les motivations pour mieux comprendre les segments de marché en appliquant des théories comportementales.

Prévoir les tendances futures de consommation pour ajuster les stratégies marketing en utilisant des modèles prédictifs et des études comportementales.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle « réalisation d'une enquête terrain » Élaboration, administration et analyse d'un questionnaire quantitatif sur les habitudes de consommation d'un segment cible.

Le rendu attendu est un rapport écrit individuel comprenant :

- Un questionnaire détaillé ;
- Une analyse synthétique des résultats.

Étude de cas

« analyse de marché »

Le candidat analyse un marché et présente ses conclusions sous forme de rapport écrit et d'une présentation orale.

RNCP40447BC02 — Élaborer et mettre en œuvre des stratégies marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les objectifs stratégiques de l'entreprise pour aligner le plan marketing en étudiant la vision, la mission et les priorités de l'entreprise.

Définir des actions marketing adaptées aux segments ciblés pour répondre aux attentes des clients en intégrant des analyses concurrentielles et de marché.

Choisir les canaux les plus performants pour maximiser l'impact des campagnes en s'appuyant sur les caractéristiques du public cible (SEO, SEA, réseaux sociaux).

Coordonner la diffusion des campagnes sur plusieurs canaux pour garantir une cohérence dans la communication en synchronisant les messages sur les supports en ligne et hors ligne.

Utiliser des indicateurs clés de performance (KPIs) pour mesurer l'efficacité des campagnes en analysant les taux de conversion, le ROI et l'engagement.

Ajuster les stratégies marketing pour améliorer les résultats des campagnes en prenant des décisions basées sur les données et les retours des campagnes précédentes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle « Réalisation d'un plan marketing »

Rédaction d'un plan détaillé aligné sur un cas d'entreprise, avec mise en place d'objectifs mesurables et d'actions multicanales.

Le rendu est un écrit individuel.

Mise en situation professionnelle « Projet de campagne multicanale »

Le rendu est écrit individuel comprenant :

- un rapport de stratégie de diffusion qui explique les choix des canaux ;
- un calendrier de diffusion ;
- illustrations comparant l'impact des différents supports en ligne et hors ligne.

Mise en situation professionnelle « Analyse de performance de campagne »

Le rendu est un rapport individuel d'analyse des indicateurs clés de performance (KPIs) et recommandations détaillées pour l'optimisation de la campagne

RNCP40447BC03 — Gérer des projets commerciaux

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un plan de projet détaillé pour structurer les étapes de développement commercial en identifiant les ressources nécessaires et les délais à respecter.

Assurer la coordination des parties prenantes pour garantir l'exécution du projet en organisant des réunions régulières et des points d'avancement.

Évaluer les performances des équipes pour ajuster les ressources en cas de besoin en mettant en place des outils de suivi de performance.

Optimiser l'allocation des ressources pour respecter le budget et les délais du projet en utilisant des outils de gestion comme Trello ou MS Project.

Mettre en place des indicateurs de contrôle qualité pour suivre l'évolution du projet en réalisant des contrôles à chaque étape clé.

Vérifier la conformité des livrables pour garantir qu'ils respectent les attentes du client et les standards de qualité en organisant des validations internes avant livraison.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Simulation de projet « Développement commercial »

Participation à une simulation de gestion de projet où le candidat planifie les étapes, assigne les ressources, coordonne une équipe fictive et contrôle la qualité des livrables.

Le rendu attendu est un écrit individuel comprenant :

- un rapport de projet incluant le plan détaillé (objectifs, étapes, délais) ;
- le journal de suivi des réunions et points d'avancement ;
- des indicateurs de performance et des ajustements de ressources selon les besoins ;
- un rapport de conformité des livrables aux attentes du client

RNCP40447BC04 — Communiquer et négocier dans un contexte professionnel en français et dans au moins dans une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

Rédiger des documents professionnels en anglais pour transmettre des informations claires et précises en appliquant des techniques de structuration et de formalisation adaptées

Adapter son discours en modulant le ton et le vocabulaire selon l'interlocuteur, afin d'assurer une communication fluide.

Préparer une stratégie de négociation pour maximiser les avantages commerciaux en analysant les objectifs des parties prenantes et les marges de manœuvre.

Conduire des négociations en face-à-face ou à distance pour conclure des accords avantageux en maîtrisant les techniques de persuasion et de concession.

Structurer une présentation convaincante pour capter l'attention des interlocuteurs en utilisant des supports visuels adaptés (PowerPoint, Prezi...).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle « rédaction de documents professionnels »

Rédaction et présentation de documents professionnels dans un contexte simulé en anglais

Le rendu est un écrit individuel et une présentation orale en anglais.

Simulation de négociation

Mise en situation de négociation en face-à-face ou à distance avec un client ou un partenaire fictif, dans un environnement contrôlé.

Le rendu est une présentation orale individuelle accompagnée de supports visuels

RNCP40447BC05 — Piloter les outils digitaux en marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Optimiser le référencement naturel (SEO) pour accroître la visibilité en ligne en appliquant des techniques de mots-clés, de balisage et de backlinking

Gérer des campagnes sur les réseaux sociaux pour augmenter l'engagement des utilisateurs en créant du contenu pertinent et ciblé.

Utiliser des outils de suivi pour mesurer l'efficacité des actions en ligne en interprétant les données sur le trafic, les conversions et l'engagement.

Élaborer des rapports de performance pour ajuster les stratégies numériques en communiquant les résultats aux équipes et aux parties prenantes.

Maintenir une image de marque cohérente sur tous les canaux digitaux en alignant le contenu, le design et les messages sur la stratégie globale de l'entreprise.

Coordonner les actions digitales pour garantir la cohérence entre les différentes plateformes en unifiant les campagnes sur le web, les réseaux sociaux et les newsletters.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de création de campagne digitale : Élaboration et mise en œuvre d'une campagne marketing en ligne incluant SEO, réseaux sociaux et e-mailing puis suivi de la campagne.

Le rendu est un dossier individuel écrit comprenant :

- un rapport de campagne détaillant les choix de mots-clés, balisage, et stratégie de contenu pour chaque réseau social
- un rapport d'analyse incluant les indicateurs de performance (trafic, conversions, engagement) et recommandations d'optimisation.

RNCP40447BC06 — Appliquer le cadre juridique et éthique des affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

Respecter les obligations légales (RGPD, e-commerce) pour garantir la conformité des actions marketing en suivant les directives nationales et internationales.

Veiller à la protection des données personnelles pour respecter la vie privée des utilisateurs en appliquant les règles de gestion et de stockage des données.

Promouvoir un marketing responsable pour éviter les pratiques trompeuses ou agressives en respectant les principes de transparence et d'honnêteté.

Prendre en compte les enjeux environnementaux et sociaux pour adapter les stratégies marketing en appliquant des

pratiques durables et écoresponsables.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas sur la conformité légale

Analyse d'un cas d'entreprise fictif ou réel axé sur les réglementations en matière de conformité légale

Le rendu individuel est un rapport d'analyse de conformité incluant des recommandations pour assurer le respect des règles en vigueur.

Projet de stratégie marketing responsable et écoresponsable

Le candidat développe une stratégie marketing pour une entreprise fictive ou réelle, mettant l'accent sur des pratiques responsables et éthiques.

Le rendu attendu est un dossier individuel écrit comprenant :

- un rapport de stratégie marketing qui détaille les actions concrètes pour promouvoir une image de marque transparente, honnête et écoresponsable.
- Un document d'analyse des enjeux sociaux et environnementaux, présentant les besoins et attentes des consommateurs en matière de durabilité.

RNCP40447BC07 — Mettre en œuvre les techniques de vente (Bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier et qualifier des prospects pour élargir le portefeuille clients en utilisant des outils de prospection digitale et physique.

Déployer les techniques de vente consultative pour conclure des ventes complexes en adaptant l'offre aux besoins spécifiques du client.

Développer des stratégies de fidélisation pour renforcer les relations avec les clients existants en proposant des programmes adaptés.

Analyser le comportement des clients pour anticiper leurs besoins futurs en utilisant des données CRM et des enquêtes de satisfaction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle « Prospection et développement commercial »

Le candidat réalise un projet dans un contexte de développement commercial, où il est chargé d'identifier, qualifier et convertir des prospects pour élargir le portefeuille clients d'une entreprise fictive ou réelle.

Le rendu attendu est :

- rapport de prospection incluant l'identification et la qualification des prospects, les outils de prospection utilisés, et les résultats obtenus (taux de qualification, segmentation) ;
- simulation de vente consultative orale dans laquelle le candidat démontre ses techniques de vente.

Mise en situation professionnelle « fidélisation client »

Élaboration d'une stratégie de fidélisation pour une entreprise fictive ou réelle avec propositions de programmes adaptés, basée sur une analyse des données clients.

Le rendu attendu est un rapport détaillé présentant le programme de fidélisation, incluant les actions proposées, leur justification et les objectifs de fidélisation.

Étude de cas en analyse de comportement client

Le candidat analyse un ensemble de données CRM et les résultats d'enquêtes de satisfaction pour identifier les comportements et anticiper les besoins futurs d'un segment de clients.

Le rendu est un rapport d'analyse client qui inclut les conclusions tirées des données CRM et des enquêtes de satisfaction, ainsi que des recommandations pour anticiper les besoins futurs.

RNCP40447BC08 — Concevoir des stratégies marketing pour l'innovation (Bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les tendances technologiques et concurrentielles pour anticiper les opportunités d'innovation en réalisant une veille active sur les nouveaux produits et services.

Développer une offre différenciante pour se démarquer sur le marché en intégrant des éléments d'innovation dans la stratégie marketing.

Coordonner les équipes internes et externes pour assurer un lancement efficace en suivant un plan de lancement détaillé (objectifs, ressources, délais).

Évaluer les performances du lancement pour ajuster les actions marketing en utilisant des indicateurs de suivi comme les ventes initiales, la notoriété et les retours clients.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle « développement d'une offre innovante »

Le candidat réalise une veille concurrentielle et technologique dans un secteur donné pour une entreprise fictive ou réelle. Il conçoit ensuite une offre qui intègre des éléments d'innovation, permettant de se démarquer sur le marché.

Le rendu attendu est :

- un rapport de veille et d'analyse d'opportunités ;
- un projet d'offre différenciante incluant une description détaillée de l'offre innovante et de la stratégie marketing ;
- une présentation orale pour expliquer la démarche, les tendances et l'offre conçue, ainsi que les avantages concurrentiels qu'elle procure.

Mise en situation professionnelle « lancement de produit »

Le candidat est responsable de la simulation d'un lancement de produit pour une entreprise fictive ou réelle. Il doit élaborer et suivre un plan de lancement complet incluant les objectifs, les ressources, et les délais pour chaque étape. À la suite du lancement, le candidat analyse les performances de la campagne en se basant sur des indicateurs clés (ventes initiales, notoriété, retours clients) et propose des ajustements pour améliorer les résultats.

Le rendu attendu est :

- un plan de lancement détaillé : Ce document inclut les objectifs, les équipes impliquées, les ressources nécessaires, les délais, et un calendrier des actions de lancement.
- Un rapport d'évaluation des performances du lancement : Il présente les indicateurs de suivi et les ajustements recommandés pour optimiser les actions marketing.
- une présentation orale pour exposer les étapes de coordination, les résultats du lancement, et les ajustements proposés.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les titulaires peuvent travailler dans tous les secteurs nécessitant des compétences en lien avec la vente ou le marketing.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable marketing,
- Chargé de communication,
- Chef de produit,
- Gestionnaire de la relation client,
- Analyste marketing,
- Responsable des ventes,
- Responsable de point de vente ou d'e-commerce,
- Community manager...

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 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 504 €

Familles professionnelles (FAP)	R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels · tension 2/5 (Faible) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	65 048
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	24 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X62 — Vendeurs en habillement et accessoires, articles de luxe, de sport, de loisirs et culturels R2X80 — Attachés commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

En troisième année de formation, un diplôme de niveau 5 validé, dans le domaine du commerce, de la relation client ou du marketing.

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

Le Président du jury de diplôme est un Professeur des Universités, nommé par le Rectorat d'Académie.

Le jury comprend le Directeur d'établissement, le Directeur des Programmes, le Manager du programme concerné, un panel représentatif des professeurs permanents de l'école et deux personnalités externes à l'établissement, représentant le monde socio-économique.

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Le Président du jury de diplôme est un Professeur des Universités, nommé par le Rectorat d'Académie.

Le jury comprend le Directeur d'établissement, le Directeur du CFA, le Directeur des Programmes, le Manager du programme concerné, un panel représentatif des professeurs permanents de l'école et deux personnalités externes à l'établissement, représentant le monde socio-économique.

COMPOSITION DU JURY — VAE

4 professionnels exerçant les métiers visés (2 employeurs, 2 employés),

3 représentants de l'établissement (1 cadre administratif de l'établissement, 2 professeurs permanents)

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	9 075 €
Selon la branche	6 000 € – 9 075 €
Prise en charge	Branches concernées

9 075 €	Valeur par défaut · 187 branches
8 250 €	CPNE des MFR, CPNE des Métiers de la Transformation des Grains, CPNE des Vins et Spiritueux, CPNE des centres de gestion agréés et habilités agricoles, CPNEFP Transformation Laitière
8 535 €	CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Habillement succursaliste, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 990 €	CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Mutualité
8 050 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Import-Export
9 000 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
8 735 €	CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure
8 583 €	CPNEFP Coopératives de consommateurs
8 280 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 208 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
8 013 €	CPNEFP des métiers du commerce de détail alimentaire spécialisé
7 569 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 374 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
7 200 €	CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
6 600 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2028
Date de dernière délivrance possible	31/08/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	30	0	100 %	—
2023	30	0	100 %	—
2022	29	0	100 %	—

Liens avec d'autres certifications

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP37786, RNCP38505

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40447/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 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).