

Responsable de développement commercial

RNCP40568 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34085, 34590, 34581
Code(s) ROME	M1707, D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/04/2025
Date d'échéance	30/04/2030

Certificateur(s)

CCI FRANCE · SIRET : 18750002000073

Partenaires habilités

122 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 122 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACADEMIE VAUCLUSE PROVENCE INDUSTRIES	93771634800019	Former et organiser l'évaluation
AGENCE DE SAINT RAPHAEL	18830001600121	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100024	Former et organiser l'évaluation
ASS DE GESTION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS SUPERIEUR DE BOURGOGNE	50876465100032	Former et organiser l'évaluation
ASS MEUSIENNE INTER FORMATION ET PROMOTI	78338177500023	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DE GESTION DE L' INSTITUT SUPERIEUR D' APPRENTISSAGE DES CCI DE FRANCHE COMTE	48998104300024	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION DU CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS DES CHAMBRES DE METIERS ET ARTISANAT ET CHAMBRE DE COMMERCE INDUSTRIEL	30804972500036	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS DU LAC	41058110200010	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS SUPERIEUR DE MARSEILLE – ECOLE PRATIQUE	18130002100381	Former et organiser l'évaluation
CCI FORMATION 82	47991356800024	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 122 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40568-responsable-de-developpement-commercial/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le responsable du développement commercial exerce au sein d'entreprises relevant de secteurs extrêmement diversifiés comme le commerce, l'industrie, les transports, les communications, les prestations d'ingénierie et de conseil, les médias, les hautes technologies.

Rattaché à un directeur commercial, un directeur région au sein d'entreprises dotées de départements commerciaux, ou directement auprès du chef d'entreprise pour les PME, le Responsable du développement commercial a la responsabilité de développer le chiffre d'affaires de son entreprise auprès de grands comptes, de comptes clefs ou au niveau d'une zone géographique.

ACTIVITÉS VISÉES

Veille sur l'évolution des marchés, des produits, du comportement d'achat et des attentes clients

Identification, évaluation et sélection des actions contribuant au développement commercial omnicanal

Construction du plan d'action commercial omnicanal

Elaboration de la stratégie de prospection de l'entreprise

Etablissement du plan de prospection omnicanal

Réalisation des actions de prospection omnicanale

Analyse des besoins clients et conception d'une offre commerciale adaptée

Conduite de la négociation commerciale avec le client/prospect en vue de la vente de l'offre

Entretien de la relation avec les membres du portefeuille clients et fidélisation

Organisation de la mise en œuvre des actions commerciales et la mobilisation des équipes à impliquer

Coordination des équipes impliquées et animation du collectif par les méthodes de management et de communication adaptées

Suivi, évaluation continue et bilan des actions commerciales réalisées

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser les marchés, les tendances et la concurrence sur le secteur d'activité de son entreprise.

Repérer précocement l'évolution des attentes et comportements d'achat des clients de son entreprise.

Identifier les actions marketing et commerciales innovantes à mettre potentiellement en œuvre sur les canaux physiques et digitaux.

Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux.

Structurer le plan d'action commercial omnicanal à conduire.

Choisir les outils numériques de pilotage du plan d'action commercial omnicanal.

Présenter le plan d'action commercial omnicanal à sa hiérarchie.

Identifier les marchés potentiels privés et publics porteurs d'opportunités pour son entreprise.

Déterminer les cibles du plan de prospection omnicanale en cohérence avec les objectifs de développement commercial définis avec sa hiérarchie.

Concevoir une approche commerciale personnalisée des prospects sélectionnés, en choisissant les actions de prospection omnicanale à mettre en œuvre sur différents canaux de façon coordonnée et les outils à déployer.

Organiser le plan de prospection omnicanale, en fixant les objectifs à atteindre et en hiérarchisant et planifiant les actions à conduire.

Réaliser ou superviser la production des supports de communication adaptés aux différents canaux utilisés et aux caractéristiques de ses cibles, en s'appuyant notamment sur des IA génératives optimisant les possibilités de personnalisation des adresses dans un contexte de diffusion massive.

Analyser les informations collectées auprès du prospect dans le cadre d'une première prise de contact en face-à-face ou à distance.

Suivre en continu les effets des actions de prospection omnicanale mises en œuvre.

Analyser les spécificités et caractéristiques d'une demande ou d'une opportunité commerciale formulée par un client/prospect ou prenant la forme d'un appel d'offre public ou privé.

Diagnostiquer les besoins du client/prospect, en conduisant le ou les entretien(s) de découverte.

Définir les différentes composantes d'une solution produit/service adaptée aux besoins du client/prospect.

Intégrer les contraintes et exigences d'ordres social, sociétal et environnemental dans le choix et la production des composantes de la solution produit/service.

Chiffrer sur le plan financier l'offre commerciale envisagée, en collectant de façon exhaustive les différentes composantes intervenant dans le calcul de la chaîne des coûts (achat, production, logistique, commercialisation...).

Structurer une proposition commerciale professionnelle et attractive.

Identifier les acteurs clefs avec lesquels mener les négociations commerciales.

Elaborer une stratégie de négociation commerciale optimisant les perspectives de conclusion favorable de la vente.

Négocier les termes et conditions de vente de l'offre de produit ou service.

Conclure la vente ponctuant le processus de négociation commerciale.

Collaborer à la rédaction du contrat de vente en lien avec le service juridique de son entreprise.

Conseiller ses clients sur de nouvelles propositions de produits/services innovantes.

Identifier les améliorations potentielles des modalités d'entretien de la relation clients et de l'offre produits /services de son entreprise.

Analyser les actions commerciales à mettre en œuvre et les besoins qui en résultent.

Définir l'organisation des actions commerciales à mettre en œuvre.

Déterminer les modes de collaboration au sein du collectif mobilisé et les adaptations à prévoir en matière d'organisation et de moyens techniques.

Structurer la conduite des actions commerciales en mode projet.

Développer une posture managériale fédératrice et engageante.

Communiquer sur le projet d'action commerciale, en animant les réunions jalonnant sa réalisation.

Evaluer en continu les performances des actions commerciales réalisées.

Rendre compte de la performance de l'activité commerciale sur son périmètre.

Blocs de compétences

RNCP40568BC01 — Elaborer le plan opérationnel de développement commercial omnicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les marchés, les tendances et la concurrence sur le secteur d'activité de son entreprise, en mobilisant les techniques et outils numériques intégrant l'intelligence artificielle et permettant l'acquisition, la gestion et l'exploitation optimales des flux d'informations, afin d'identifier les évolutions en matière d'innovation et de conjoncture et d'en repérer les menaces et opportunités.

Repérer précocement l'évolution des attentes et comportements d'achat des clients de son entreprise, en s'appuyant sur l'analyse des données issues des outils numériques de gestion de la relation clients (GRC) et en mettant en œuvre une approche prédictive au moyen de solutions d'intelligence artificielle, afin d'anticiper leurs besoins et pratiques, notamment matière de valeurs sociétales et environnementales.

Identifier les actions marketing et commerciales innovantes à mettre potentiellement en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en s'assurant de leur cohérence avec la stratégie de son entreprise et avec ses analyses du contexte socio-économique, afin d'évaluer les plus propices pour adapter ses méthodes de vente et de distribution omnicanal aux attentes de sa cible clients, dans une optique de fidélisation, de conquête et/ou de rationalisation.

Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en évaluant leur intérêt respectif et en posant des arbitrages fondés sur la cohérence de leur articulation dans une logique omnicanal, tout en tenant compte des moyens à disposition et de l'environnement externe, afin de proposer les solutions permettant l'optimisation de la gamme commerciale et des processus de vente, conformément aux objectifs assignés par la stratégie commerciale de l'entreprise.

Structurer le plan d'action commercial omnicanal à conduire, en déterminant les objectifs à atteindre, en évaluant les moyens à mobiliser, les normes et délais à respecter et en établissant son calendrier de réalisation compte tenu du programme annuel établi au niveau de l'entreprise, afin d'optimiser ses conditions de mise en œuvre.

Choisir les outils numériques de pilotage du plan d'action commercial omnicanal, en identifiant les indicateurs de suivi et de performance, ainsi que les points de contrôle pertinents, afin d'évaluer en continu les résultats obtenus durant sa mise en œuvre et de permettre la définition des mesures correctives et ajustements à apporter.

Présenter le plan d'action commercial omnicanal à sa hiérarchie, en le formalisant de façon claire, complète et structurée et en justifiant le bienfondé des choix opérés et options retenues, afin de négocier la mise à disposition des moyens et conditions nécessaires à sa réalisation et d'obtenir sa validation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un dossier de développement commercial, constitué de l'analyse des résultats d'une étude de marché, de la formulation de préconisations visant au développement des ventes dans un contexte omnicanal, de l'établissement d'un plan d'action commercial et des outils de pilotage associés à la mise en œuvre du plan d'action.

Etude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

RNCP40568BC02 — Déployer la stratégie de prospection commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les marchés potentiels privés et publics porteurs d'opportunités pour son entreprise, en respectant les orientations stratégiques définies par sa hiérarchie et le plan d'action commercial omnicanal établi, afin de sélectionner ceux sur lesquels se positionner au regard de leur potentiel de développement.

Déterminer les cibles du plan de prospection omnicanale en cohérence avec les objectifs de développement commercial définis avec sa hiérarchie, en analysant les données numériques internes et externes disponibles concernant les entreprises à démarcher et en les hiérarchisant en fonction de leur adéquation aux critères de ciblage, afin d'identifier les actions et canaux adéquats pour les approcher.

Concevoir une approche commerciale personnalisée des prospects sélectionnés, en choisissant les actions de prospection omnicanale à mettre en œuvre sur différents canaux de façon coordonnée (numérique, téléphonique, physique, événementiel) et les outils à déployer (mailing, référencement naturel, communication numérique institutionnelle et sur les médias sociaux...), afin d'optimiser l'atteinte de ses cibles et d'obtenir l'impact recherché en termes de génération de leads.

Organiser le plan de prospection omnicanale, en fixant les objectifs à atteindre et en hiérarchisant et planifiant les actions à conduire, afin d'ordonner et d'optimiser la mise en œuvre de la démarche compte tenu des paramètres internes (calendrier de l'entreprise) et externes (variations saisonnières du marché, besoins des prospects, spécificités liées à la zone géographique...).

Réaliser ou superviser la production des supports de communication adaptés aux différents canaux utilisés et aux caractéristiques de ses cibles, en s'appuyant notamment sur des IA génératives optimisant les possibilités de personnalisation des adresses dans un contexte de diffusion massive, afin de les déployer dans le cadre des actions de prospection (emailing, publication sur les médias sociaux, scripts d'entretien téléphonique...).

Analyser les informations collectées auprès du prospect dans le cadre d'une première prise de contact en face-à-face ou à distance, en procédant à une première évaluation de ses besoins potentiels, afin de vérifier la réalité d'une opportunité d'affaire.

Suivre en continu les effets des actions de prospection omnicanale mises en œuvre, en analysant les informations recueillies tout au long de la campagne, afin de déterminer les ajustements à opérer en vue des prochaines campagnes ou de la campagne en cours et d'identifier les informations pertinentes à faire remonter à la direction en vue d'alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un plan de prospection omnicanal, comprenant la définition des cibles à approcher, le choix des actions de prospection à mettre en œuvre sur différents canaux (numérique, téléphonique, événementiel...), les conditions de réalisation du plan de prospection, des supports de communication physiques et digitaux, une grille ou un script d'entretien de prospection et l'analyse des résultats d'une action de prospection.

Etude de cas ou situation d'entreprise

- Travail individuel - Production écrite et orale

RNCP40568BC03 — Construire et négocier une offre commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les spécificités et caractéristiques d'une demande ou d'une opportunité commerciale formulée par un client/prospect ou prenant la forme d'un appel d'offre public ou privé, en opérant une prise d'informations complémentaires permettant l'évaluation de son sérieux et de sa solvabilité, afin d'identifier et de qualifier les risques de l'affaire potentielle.

Diagnostiquer les besoins du client/prospect, en conduisant le ou les entretien(s) de découverte selon un comportement approprié et, le cas échéant, adapté à un interlocuteur en situation de handicap et en clarifiant la nature de ses attentes, freins et motivations, afin de déterminer l'intérêt de poursuivre l'affaire et d'en faire un client de son entreprise.

Définir les différentes composantes d'une solution produit/service adaptée aux besoins du client/prospect, intégrant le cas échéant une offre reprise, en tenant compte de ses potentialités et enjeux définis au cours du diagnostic et en combinant les différentes possibilités commerciales offertes par les prestations de son entreprise et, le cas échéant, de ses partenaires dans le respect du cadre législatif en vigueur, afin d'établir une offre attractive.

Intégrer les contraintes et exigences d'ordres social, sociétal et environnemental dans le choix et la production des composantes de la solution produit/service, en tenant compte des impératifs réglementaires, des attentes du client et des engagements RSE de son entreprise, et en impliquant, le cas échéant, des fournisseurs en capacité d'y répondre,

afin d'assurer la co-construction d'une offre responsable.

Chiffrer sur le plan financier l'offre commerciale envisagée, en collectant de façon exhaustive les différentes composantes intervenant dans le calcul de la chaîne des coûts (achat, production, logistique, commercialisation...), afin de déterminer son coût de revient et de fixer un prix de vente correctement dimensionné et garantissant la rentabilité de la transaction, compte tenu des objectifs commerciaux à atteindre et des contraintes de réalisation.

Structurer une proposition commerciale professionnelle et attractive, en spécifiant les caractéristiques et les conditions de fourniture de l'offre produits/services et en développant un argumentaire valorisant ses ponts différenciants, avantages et bénéfices, afin de la présenter au client/prospect et de le convaincre de son intérêt.

Identifier les acteurs clefs avec lesquels mener les négociations commerciales, en s'appuyant sur l'analyse des renseignements collectés sur le client et sa politique d'achat, afin d'évaluer leurs enjeux respectifs et le poids de chacun d'entre eux dans le processus de prise de décision.

Elaborer une stratégie de négociation commerciale optimisant les perspectives de conclusion favorable de la vente, en s'appuyant sur la réalisation d'un diagnostic des rapports de force en présence et en envisageant différents scénarios possibles compte tenu de ses marges de manœuvre et leviers de discussion, afin d'optimiser son déroulement et d'éviter toute déstabilisation ou improvisation.

Négocier les termes et conditions de vente de l'offre de produit ou service, en adoptant un comportement et un registre de langage adaptés à son ou ses interlocuteur(s), notamment en situation de handicap, et en déclinant de façon évolutive la stratégie préparée, afin de parvenir à un accord convenable pour les deux parties.

Conclure la vente ponctuant le processus de négociation commerciale, en vérifiant avec le client les différents termes de la proposition commerciale discutés et convenus, afin de finaliser le marché dans des termes profitables et satisfaisants pour les deux parties.

Collaborer à la rédaction du contrat de vente en lien avec le service juridique de son entreprise, en contrôlant sa conformité au regard des obligations légales et en vérifiant la présence des différentes clauses résultant des accords convenus, afin de sécuriser la transaction et de garantir l'engagement mutuel des parties prenantes.

Conseiller ses clients sur de nouvelles propositions de produits/services innovantes, en leur présentant leurs avantages en matière d'intégration des évolutions de leur marché et d'amélioration de leur positionnement vis-à-vis de la concurrence, afin de développer le potentiel commercial de son portefeuille de clients.

Identifier les améliorations potentielles des modalités d'entretien de la relation clients et de l'offre produits /services de son entreprise, en analysant les résultats issus des enquêtes de satisfaction mises en œuvre et en repérant les points et motifs d'irritation forts ou faibles exprimés par sa clientèle, afin de contribuer à l'évolution des services de son entreprise dans un objectif de fidélisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une proposition commerciale s'appuyant sur un entretien de découverte du client, intégrant la définition de son besoin et l'évaluation des risques liés à sa demande, une offre commerciale de produit/service adaptée au besoin du client, l'argumentation de présentation de l'offre commerciale.

Mise en situation professionnelle reconstituée à partir d'une étude de cas d'entreprise fictive ou réelle

- Travail individuel - Production écrite et orale

La conduite d'une négociation commerciale, comprenant l'élaboration de la stratégie de négociation, la réalisation d'un entretien de négociation, l'analyse rétrospective de la négociation et de son résultat, la validation des principales clauses à intégrer dans le contrat de vente.

Mise en situation reconstituée à partir d'une étude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

La réalisation d'une action de suivi de la situation d'un client, intégrant la prise en compte de l'évolution de sa situation et la proposition d'une nouvelle offre produits/services adaptée.

Etude de cas ou situation d'entreprise - Travail individuel - Production écrite

RNCP40568BC04 — Piloter l'activité et les équipes commerciales en mode projet

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les actions commerciales à mettre en œuvre et les besoins qui en résultent, en évaluant les solutions, les compétences et les moyens humains nécessaires à leur réalisation, afin de constituer les équipes projet adéquatement dimensionnées à impliquer dans leur réalisation.

Définir l'organisation des actions commerciales à mettre en œuvre, en choisissant une méthode de conduite projet adaptée à leurs conditions et objectifs de réalisation et en établissant la répartition des rôles et missions attribués à chacun des membres du collectif, afin de favoriser l'atteinte des objectifs fixés et de contribuer à la prévention des risques liés à la nature de chaque action.

Déterminer les modes de collaboration au sein du collectif mobilisé et les adaptations à prévoir en matière d'organisation et de moyens techniques, en analysant les profils et spécificités des membres de l'équipe projet et en identifiant en conséquence leurs besoins particuliers, notamment pour les professionnels en situation de handicap, afin de bâtir un cadre de travail et de collaboration garantissant à chacun les conditions d'accessibilité et d'autonomie favorisant sa contribution au collectif.

Structurer la conduite des actions commerciales en mode projet, en déterminant leurs modalités de suivi et de reporting et en opérant l'allocation des moyens humains, financiers et matériels à disposition, afin de planifier les grandes étapes de sa réalisation et les objectifs à atteindre à chacune d'entre elles.

Développer une posture managériale fédératrice et engageante, en adoptant un positionnement et un mode de leadership adaptés aux profils des membres du collectif de travail et en leur communiquant clairement les objectifs et consignes à respecter, ainsi que les contraintes à prendre en compte, afin de susciter l'adhésion du collectif et des individus autour d'objectifs et de valeurs communes et de veiller au maintien et à la qualité de leur niveau d'implication.

Communiquer sur le projet d'action commerciale, en animant les réunions jalonnant sa réalisation, en mobilisant des techniques adaptées à leur format et favorisant l'implication des participants et la résolution collective des problèmes examinés, afin de suivre de façon optimale le déroulement des opérations et d'identifier les ajustements à apporter au regard des aléas pouvant survenir.

Evaluer en continu les performances des actions commerciales réalisées, en s'appuyant sur l'analyse des outils de suivi élaborés et en restituant objectivement selon des critères quantifiables et qualifiables les résultats des ventes (volumes, taux de marge...) et les indices de satisfaction de sa clientèle (fidélisation, taux d'engagement, taux de recommandation), afin de repérer toute inefficience et de déterminer les actions correctrices à mettre en place pour assurer l'atteinte des objectifs définis.

Rendre compte de la performance de l'activité commerciale sur son périmètre, en formalisant la restitution des résultats obtenus et en mettant en exergue les écarts avec les objectifs initialement visés, afin de le présenter à sa direction accompagné de propositions d'évolutions (d'offres produits/services, de stratégie commerciale, de redéfinition des cibles...) contribuant à l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'organisation d'un projet commercial, comprenant l'évaluation des compétences et des moyens à mobiliser, le choix des professionnels à impliquer, la définition de la méthode de conduite des actions, la répartition des rôles et tâches au sein du collectif, la structuration des étapes de réalisation du projet d'affaires

Etude de cas ou situation d'entreprise

- Travail collectif - Production écrite et orale

L'animation d'une réunion d'action commerciale.

Mise en situation professionnelle reconstituée - Travail individuel dans un cadre collectif - Production orale

L'évaluation des résultats de l'activité commerciale

Etude de cas d'entreprise réelle ou fictive - Travail individuel - Production écrite et orale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le responsable de développement commercial exerce au sein d'entreprises relevant de secteurs extrêmement diversifiés comme le commerce, l'industrie, les transports, les communications, les prestations d'ingénierie et de conseil, les médias, les hautes technologies... Agissant dans le contexte d'un modèle d'affaires en B to B, la clientèle du Responsable de développement commercial est généralement composée d'entreprises.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de vente, responsable des ventes

Chef de secteur

Responsable de secteur

Responsable commercial

Responsable développement

Responsable de développement commercial

Responsable grands comptes

Responsable partenariat

Chargé d'affaires

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)	40 236
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	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

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Justifier d'une certification de niveau 5 validée

Ou justifier de 3 années d'expérience professionnelle

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

1 président (personnalité qualifiée du monde économique)

2 professionnels qualifiés du secteur d'activité

1 représentant de la chambre de commerce et d'industrie/établissement concerné

Financement en alternance (NPEC)

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

Prise en charge usuelle	7 497 €
Selon la branche	6 000 € – 7 560 €
Prise en charge	Branches concernées
7 497 €	Valeur par défaut · 151 branches

7 560 €	CPN de la branche du Travail mécanique du bois, scieries, négoce et importation des bois, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Services de l'eau, CPNE Transport aérien : personnel au sol
7 176 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure
7 200 €	CNPE des sociétés financières, CPNE des métiers du géomètre, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP de la profession d'économiste de la construction
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
7 000 €	CPNE Panneaux à Base de Bois, CPNE fabrication de l'ameublement, CPNE-FP de l'Esthétique
7 438 €	CNPEFP des sociétés d'assistance, CPNFPE des sociétés d'assurances
7 380 €	CPNEFP du Crédit Mutuel, Commission Paritaire Activités de Marchés Financiers
7 470 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
7 464 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 457 €	CPNE des agents généraux d'assurance
7 430 €	CPNEFP Professions de la Photographie
7 388 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
7 321 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
7 238 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 156 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
6 300 €	CPNE Banque
6 200 €	CPN de la branche des Services de l'Automobile

Base légale

Date de décision	30/04/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	30/04/2030
Date de dernière délivrance possible	30/04/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	1784	66	92 %	67 %
2022	1974	40	90 %	71 %
2021	1969	45	92 %	68 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36395

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.negoventis.cci.fr/formation/responsable-de-developpement-commercial>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40568/>

Où se former

Formations référencées	18
Organismes	9
Régions couvertes	7
Prix indicatif	1 343 € – 9 550 €
Durée	84 – 805 h

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	94
Organismes gestionnaires (CFA)	50
Organismes formateurs	72
Régions couvertes	16
Départements couverts	66
Organismes certifiés Qualiopi	72
Sessions	de 06/2025 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).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	11
Parcours menés à terme	5
Taux d'achèvement	45 %
Période	08/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	11
Montant total engagé	30 803 €
Coût moyen par dossier	2 800 €
Durée moyenne	193 h

Période	05/2025 – 09/2026
France compétences	71 %
Entreprise	26 %
Reste à charge titulaire	3 %

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