

Manager de la stratégie commerciale

RNCP40591 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34085, 34590, 34254
Code(s) ROME	M1707, H1102, D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	30/04/2025
Date d'échéance	30/04/2030

Certificateur(s)

ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION · SIRET : 33037752400047

Partenaires habilités

42 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 42 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADEFSA CTRE FORMAT APPRENTIS DESCARTES	39089496200054	Former et organiser l'évaluation
AFTEC FORMATION	35356978300056	Former et organiser l'évaluation
AFTEC FORMATION	35356978300163	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION IMC ALTERNANCE	48430660000038	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION	33037752400047	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION	33037752400344	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS REUNION	80521403800020	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE FORMATION – CAMPUS CCI CHER	18180001200096	Former et organiser l'évaluation
CENTRE DE FORMATION ET D'ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL (CFEP)	39758087900047	Former et organiser l'évaluation
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE METROPOLITAINE ROUEN METROPOLE	13002175100032	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 42 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40591-manager-de-la-strategie-commerciale/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Cette certification Manager de la Stratégie Commerciale s'inscrit dans un contexte marqué par une demande croissante des entreprises en managers commerciaux, entraînant des tensions significatives sur le marché du recrutement. Les perspectives d'évolution pour ces métiers à l'horizon 2030 confirment cette tendance, avec une augmentation continue des besoins sur les fonctions commerciales. Par ailleurs, le management de la stratégie commerciale concerne un large éventail d'entreprises, allant des Très Petites Entreprises (TPE) aux grands groupes, dont l'activité repose sur la vente de produits et services.

Les pratiques des managers commerciaux connaissent des évolutions significatives. Tout d'abord, l'intégration des données (Data) s'impose comme un axe central, nécessitant des compétences en traitement, ordonnancement et exploitation des informations collectées par les entreprises. Cela s'accompagne d'une utilisation croissante de l'intelligence artificielle pour optimiser des missions telles que la prospection, l'amélioration de l'expérience client, ainsi que l'analyse et la recherche de données. Par ailleurs, ces pratiques intègrent de plus en plus des considérations éthiques, accompagnées d'une transition vers un management davantage axé sur la responsabilité sociale et environnementale.

Les objectifs de la certification visent donc à intégrer les évolutions des pratiques et des technologies propres au métier, tout en répondant aux tensions actuellement observées sur le marché de l'emploi.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités visées sont les suivantes:

- Organisation d'un système performant de veille et d'intelligence économique intégrant les technologies digitales (IA, Data, automatisation, etc.).
- Diagnostic de l'environnement de l'entreprise et formulation de sa proposition de valeur et de ses avantages concurrentiels distinctifs.
- Définition des axes, objectifs et moyens de développement commercial de l'entreprise, intégrant et traduisant ses engagements RSE
- Elaboration du plan d'action commercial et de ses outils de pilotage associés
- Structuration du parcours client
- Organisation du réseau de commercialisation et de distribution des produits/services de l'entreprise
- Identification et développement d'opportunités porteuses de forts enjeux/valeur ajoutée
- Construction, négociation et contractualisation de propositions commerciales à forte valeur ajoutée
- Elaboration et supervision du processus, des procédures, méthodes et outils de suivi des ventes et affaires
- Pilotage de la stratégie de gestion de l'expérience clients
- Suivi, évaluation et amélioration de la performance commerciale
- Structuration d'un service ou d'un projet commercial
- Développement des ressources humaines d'un service ou d'un projet commercial
- Pilotage de projet commercial et de l'équipe associée
- Constitution d'un réseau professionnel contribuant au développement des activités commerciales de l'entreprise et à la facilitation de ses projets
- Développement de relations durables avec les acteurs du secteur de l'entreprise et les parties prenantes de son activité

Ces activités sont réparties sur 5 blocs de compétences:

BLOC 1 : Elaborer la stratégie commerciale de l'entreprise

BLOC 2 : Développer l'activité commerciale de l'entreprise

BLOC 3 : Optimiser la performance commerciale et l'expérience client

BLOC 4 : Manager les équipes et les projets

BLOC 5 : Développer son réseau professionnel

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les compétences attestées sont les suivantes:

- Structurer un processus de veille stratégique sur les marchés, les attentes des consommateurs et la concurrence de l'entreprise, incluant les dimensions réglementaires et technologiques, en délimitant les périmètres des investigations à conduire et en déterminant les sources d'informations fournissant des données fiables et utilisables, afin de permettre l'identification et l'anticipation de tout événement ou évolution impactant la pérennité et la compétitivité de l'entreprise.

- Concevoir, l'architecture et les modalités de collecte et de traitement des données clients, en lien avec les parties prenantes concernées de l'entreprise (DSI, service marketing, DPO ...), en opérant des choix stratégiques sur les technologies à mobiliser (Data, IA, automatisation, ...), tout en veillant au respect des obligations réglementaires (RGPD), afin d'en faire une exploitation responsable et accélérant la prise de décision en vue d'adapter les stratégies commerciales en temps réel.
- Analyser les marchés et l'environnement de l'entreprise, en interprétant les données collectées au moyen de solutions d'IA permettant une approche prédictive, voire prescriptive, et en évaluant l'incidence des facteurs d'évolution sociaux, économiques, réglementaires, technologiques et concurrentiels repérés, afin de qualifier leurs potentiels d'opportunités, de menaces ou de risques.
- Etablir les forces et faiblesses de l'entreprise au regard de son projet de croissance et/ou de ses produits par rapport aux tendances d'évolution sur les différents marchés étudiés, afin de clarifier sa proposition de valeur et de déterminer en conséquence les facteurs clefs de succès et leur degré de maîtrise.
- Consolider le modèle d'affaires de l'entreprise et son positionnement commercial dans le respect de sa stratégie globale et de ses engagements RSE, en tenant compte des évolutions sociétales, technologiques et économiques et de leur impact sur son offre, sa cible, ses marchés et canaux de distribution, ainsi que la structure de ses revenus, afin de renforcer ses perspectives de croissance et de développement.
- Fixer des objectifs commerciaux cohérents avec la stratégie globale de l'entreprise et ses engagements RSE, en précisant leur nature (vente, revenus, croissance, fidélisation, ...) et en se concertant avec les autres fonctions et directions, afin de garantir leur compréhension et leur bonne intégration par les parties prenantes impliquées dans la mise en œuvre des actions déclinant la stratégie définie.
- Présenter la stratégie commerciale à la gouvernance de l'entreprise, en communiquant avec assertivité et conviction sur les piliers et les leviers de développement commercial proposés, afin de favoriser l'adhésion en intégrant les feedbacks des instances de gouvernance dans un esprit de collaboration constructive avant toute mise en œuvre.
- Déterminer les actions déclinant fidèlement la stratégie commerciale validée avec la direction, en évaluant leur bien-fondé, leur efficacité potentielle et leurs conditions de mise en œuvre (planification, ressources techniques, humaines et financières), afin d'assurer l'atteinte des objectifs définis en matière de croissance et de compétitivité.
- Etablir les indicateurs de performance clés (KPI) du plan d'action commercial, en s'assurant de leur alignement avec les objectifs stratégiques, de leur cohérence avec les priorités de l'entreprise et de leur simplicité d'utilisation, afin de garantir un pilotage efficace et un suivi précis de la performance.
- Caractériser le besoin client (fonctionnement du process achat client), en utilisant des outils de collecte et d'analyse sur ses attentes selon différents canaux (e-CRM, entretiens, collecte automatisée...), afin de qualifier son expression et de consolider les piliers et leviers de la stratégie commerciale.
- Formaliser le tunnel de vente en définissant, étape par étape, les objectifs, les actions, et les résultats attendus pour chaque phase, afin d'assurer l'optimisation continue du tunnel basé sur les retours d'expérience et les données de performance répondant aux évolutions des attentes clients.
- Gérer un réseau de contacts et/ou de partenaires commerciaux stratégiques en France et/ou à l'international pour la commercialisation et la distribution des produits/services de l'entreprise, en veillant à sa cohérence avec le tunnel de vente établi, les parcours d'achats, ainsi qu'aux engagements RSE de l'entreprise, tout en évaluant régulièrement les performances des partenaires et en adaptant le réseau aux évolutions du marché, afin d'élargir l'offre de produits/services et l'atteinte de ses clients.
- Superviser les montages et opérations financières des activités export et/ou associées aux ventes complexes, en lien avec les directions concernées, en intégrant une gestion proactive des risques et en optimisant les coûts, afin d'assurer la bonne distribution des produits/services de l'entreprise sur les zones géographiques visées.
- Elaborer un processus efficace de détection et de gestion d'opportunités d'affaires en mode agile, en identifiant les actions permettant le repérage des signaux forts et faibles au moyen d'outils digitaux et en établissant les informations nécessaires à l'évaluation et la démonstration de leurs rentabilité et pertinence, afin de décider du « Go-No go » de tout projet d'affaires en connaissances de cause.
- Sélectionner les appels d'offres stratégiques et/ou à forts enjeux financiers, en s'appuyant sur une analyse et une évaluation objectivée et critériée du produit/service attendu, de son cadre réglementaire et des atouts de son entreprise au regard des exigences spécifiées, afin de décider de s'y positionner avec des chances optimales de succès.
- Evaluer la teneur et l'impact des contraintes à prendre en compte pour la conception de l'offre commerciale en matière de qualité, d'accessibilité et de performance environnementale, en analysant les dispositions réglementaires et normatives en lien avec le secteur d'activité concerné, afin d'assurer la fourniture de solutions répondant aux

besoins des personnes en situation de handicap et aux exigences de développement durable.

- Concevoir des offres commerciales de produits/services innovantes et personnalisées, en mobilisant les méthodes agiles de co-construction, de prototypage et d'expérimentation des solutions favorisant l'innovation, afin de maximiser leur attractivité, leur réponse aux exigences clients et leur réussite commerciale.
- Conduire tous types de négociations commerciales dans un contexte de vente complexe et, le cas échéant, international, en développant une stratégie adaptée dans le choix des solutions de repli et contreparties acceptables et en tenant compte de la dimension subjective de la relation, des intérêts respectifs, afin de parvenir à un accord clarifiant les termes et conditions de la transaction, dans le respect des exigences éthiques et réglementaires.
- Formaliser les bases d'accords commerciaux et leur traduction dans les contrats de vente, en respectant les obligations précontractuelles et contractuelles et en veillant à la présence des mentions essentielles (conditions d'acceptation, d'exécution et cadre juridique) en lien avec le service juridique, afin d'acter et de sécuriser les engagements mutuels de parties prenantes.
- Structurer le processus d'administration des ventes de l'entreprise (ADV), en déterminant les procédures et les outils d'automatisation associés assurant le suivi des affaires signées dans une logique d'optimisation de la gestion de la commande et, afin d'en garantir le respect des étapes, de conserver la satisfaction client et de renforcer l'efficacité opérationnelle.
- Encadrer les opérations de facturation, de gestion des avoirs clients, ainsi que de suivi des impayés et des litiges potentiels, en mettant en place des procédures préventives et d'optimisation des flux financiers, en lien avec les services financiers, afin d'assurer l'alimentation de la trésorerie de l'entreprise et la satisfaction de ses besoins en fonds de roulement.
- Gérer les désaccords et litiges commerciaux de première importance avec les grands comptes, comptes clés, fournisseurs et distributeurs de l'entreprise, en privilégiant une approche préventive, amiable et partenariale, afin de dénouer la situation dans le respect des intérêts de chacune des parties et, le cas échéant, de préserver l'image de l'entreprise et la confiance de ses partenaires.
- Mettre en place des dispositifs d'écoute de la voix clients de l'entreprise, en choisissant les outils et moyens à mettre en œuvre selon une approche omnicanale, afin d'identifier et suivre l'évolution de leurs attentes et motifs d'irritation, dans le respect des obligations imposées par le RGPD.
- Déterminer les actions d'amélioration de l'expérience clients à mettre en œuvre sur les différents canaux et points de contact avec l'entreprise, en s'appuyant sur les remontées des dispositifs d'écoute de la voix clients, afin d'en faire un avantage concurrentiel et d'optimiser leur satisfaction et leur fidélisation.
- Evaluer la performance commerciale de l'entreprise, en analysant les indicateurs définis, afin de repérer les succès à capitaliser, les marges de progrès et les écarts avec les objectifs non atteints.
- Définir les actions et mesures correctives permettant de remédier aux insuffisances de performance constatées, en s'appuyant sur les leviers stratégiques, afin d'ajuster voire de réorienter la mise en œuvre de la stratégie commerciale.
- Construire le reporting de la performance commerciale à destination de la direction générale, en restituant de façon claire et synthétique les tableaux de bords et indicateurs partagés entre les services (R&D, production, achats, financiers), afin de contribuer à l'objectivation de toute décision stratégique.
- Organiser un service ou un projet commercial au niveau fonctionnel, en définissant le rôle, le périmètre d'activité et le niveau de responsabilité des membres de l'équipe, afin de bâtir un cadre optimisant les ressources humaines mobilisées et favorisant l'atteinte des objectifs fixés au collectif et aux individus.
- Déterminer les conditions de travail et modes de collaboration des membres d'un service ou d'un projet commercial, en établissant des modalités compatibles avec des organisations hybrides et nomades, et en identifiant les dispositions nécessaires à l'inclusion et à l'autonomie des personnes en situation de handicap, en lien avec le service RH, afin de conjuguer efficience opérationnelle et bien-être des collaborateurs en application de la politique RSE de l'entreprise.
- Optimiser la gestion d'un service ou d'un projet commercial sur le plan financier, en analysant ses différents postes de dépense et en opérant les choix d'allocation des ressources en fonction des actions à mener, de leur importance respective et de leur priorité, afin d'assurer une répartition réfléchie et hiérarchisée des moyens budgétaires mis à disposition.
- Définir par anticipation les besoins en compétences d'un service ou d'un projet commercial, en tenant compte des évolutions résultant de facteurs organisationnels, technologiques et environnementaux, afin de déterminer qualitativement et quantitativement, avec les RH, les recrutements et actions de formation à opérer.
- Contribuer à l'attraction et au recrutement des talents d'un service ou d'un projet commercial, en valorisant sur son périmètre la culture et la singularité de l'entreprise (orientation client, éthique, engagement...) et en appliquant un

processus de sélection objectif et inclusif, conformément à la politique RH de l'entreprise et à ses engagements RSE, afin de disposer de ressources et talents alignés avec les exigences de qualité et de performance de l'activité.

- Identifier de façon concertée les actions favorisant l'évolution professionnelle des collaborateurs d'un service ou d'un projet commercial, en procédant à l'évaluation périodique de leurs résultats et à celle de leurs aspirations, afin de les accompagner dans la sécurisation de leur parcours et de leur montée en compétences.
- Etablir le cadre méthodologique du projet commercial à conduire, en choisissant l'approche la plus adaptée (agile, prédictive, hybride) au regard de sa nature, de son contexte et des enjeux et des risques associés, afin de maximiser sa réussite par la mobilisation d'outils et d'un ordonnancement adéquat.
- Animer l'écosystème du projet commercial et ses différentes parties prenantes, en utilisant les méthodes et techniques favorisant l'intelligence collective, la prise d'initiative et la créativité, afin de fédérer le collectif autour d'objectifs partagés, de maintenir la motivation de chacun et de susciter l'innovation.
- Coordonner la réalisation des actions du projet commercial, en mettant en place une communication et des techniques d'implication adaptées aux équipes concernées et impactées, afin de lever les freins au changement et de contribuer à l'adoption de l'innovation voire de la transformation au sein de l'entreprise.
- Cartographier les acteurs institutionnels et économiques du secteur d'activité de son entreprise, en évaluant leurs positions, positionnements et pouvoirs d'influence respectifs, afin de déterminer les cercles et réseaux à intégrer.
- Mettre en œuvre les actions d'approche de cercles, réseaux et acteurs professionnels, en utilisant des outils de networking et des stratégies de communication adaptées, afin de tisser un réseau de relations vecteur de développement et de facilitation des projets de l'entreprise.
- Contribuer à l'accroissement de la visibilité de l'entreprise auprès de partenaires clés, en utilisant les outils, techniques et méthodes de communication adaptées en direction des acteurs et réseaux d'influence de son secteur d'activité, afin de la faire rayonner et de cultiver sa notoriété, son positionnement et son offre produits/services par rapport à sa concurrence.
- Développer des relations interpersonnelles de qualité et d'ouverture avec ses partenaires et clients professionnels, en tenant compte des attentes de ses interlocuteurs, en s'adaptant à leurs codes et modes de fonctionnement et en se centrant sur l'humain, afin de nouer des liens durables gages de confiance, de pérennité et de fidélité.
- Cultiver une posture professionnelle cohérente, flexible et inclusive, en adoptant une attitude respectueuse de l'image et des valeurs de son entreprise, et en tenant compte des besoins spécifiques de ses partenaires et collaborateurs, notamment en situation de handicap, afin d'agir en conformité avec son éthique professionnelle et celle de l'entreprise.
- Affirmer sa « marque personnelle » au sein de sa communauté professionnelle, en sélectionnant des canaux de présence et des stratégies d'engagement adaptés, tant en ligne qu'en présentiel, afin de développer une influence positive et une visibilité favorisant les opportunités d'évolution.
- Concevoir un plan de gestion de crise, en s'appuyant sur l'élaboration de scénarios potentiels, en mettant en place des indicateurs de risques, et en déterminant les mesures d'urgence adaptées aux différentes situations envisagées, afin de réagir efficacement en coordination avec les parties prenantes internes et externes, en cas de survenue d'événements extraordinaires.

Blocs de compétences

RNCP40591BC01 — Elaborer la stratégie commerciale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Structurer un processus de veille stratégique sur les marchés, les attentes des consommateurs et la concurrence de l'entreprise, incluant les dimensions réglementaires et technologiques, en délimitant les périmètres des investigations à conduire et en déterminant les sources d'informations fournissant des données fiables et utilisables, afin de permettre l'identification et l'anticipation de tout événement ou évolution impactant la pérennité et la compétitivité de l'entreprise.
- Concevoir, l'architecture et les modalités de collecte et de traitement des données clients, en lien avec les parties prenantes concernées de l'entreprise (DSI, service marketing, DPO ...), en opérant des choix stratégiques sur les technologies à mobiliser (Data, IA, automatisation, ...), tout en veillant au respect des obligations réglementaires (RGPD), afin d'en faire une exploitation responsable et accélérant la prise de décision en vue d'adapter les stratégies commerciales en temps réel.
- Analyser les marchés et l'environnement de l'entreprise, en interprétant les données collectées au moyen de solutions d'IA permettant une approche prédictive, voire prescriptive, et en évaluant l'incidence des facteurs

d'évolution sociaux, économiques, réglementaires, technologiques et concurrentiels repérés, afin de qualifier leurs potentiels d'opportunités, de menaces ou de risques.

- Etablir les forces et faiblesses de l'entreprise au regard de son projet de croissance et/ou de ses produits par rapport aux tendances d'évolution sur les différents marchés étudiés, afin de clarifier sa proposition de valeur et de déterminer en conséquence les facteurs clefs de succès et leur degré de maîtrise.
- Consolider le modèle d'affaires de l'entreprise et son positionnement commercial dans le respect de sa stratégie globale et de ses engagements RSE, en tenant compte des évolutions sociétales, technologiques et économiques et de leur impact sur son offre, sa cible, ses marchés et canaux de distribution, ainsi que la structure de ses revenus, afin de renforcer ses perspectives de croissance et de développement.
- Fixer des objectifs commerciaux cohérents avec la stratégie globale de l'entreprise et ses engagements RSE, en précisant leur nature (vente, revenus, croissance, fidélisation, ...) et en se concertant avec les autres fonctions et directions, afin de garantir leur compréhension et leur bonne intégration par les parties prenantes impliquées dans la mise en œuvre des actions déclinant la stratégie définie.
- Présenter la stratégie commerciale à la gouvernance de l'entreprise, en communiquant avec assertivité et conviction sur les piliers et les leviers de développement commercial proposés, afin de favoriser l'adhésion en intégrant les feedbacks des instances de gouvernance dans un esprit de collaboration constructive avant toute mise en œuvre.
- Déterminer les actions déclinant fidèlement la stratégie commerciale validée avec la direction, en évaluant leur bien-fondé, leur efficacité potentielle et leurs conditions de mise en œuvre (planification, ressources techniques, humaines et financières), afin d'assurer l'atteinte des objectifs définis en matière de croissance et de compétitivité.
- Etablir les indicateurs de performance clés (KPI) du plan d'action commercial, en s'assurant de leur alignement avec les objectifs stratégiques, de leur cohérence avec les priorités de l'entreprise et de leur simplicité d'utilisation, afin de garantir un pilotage efficace et un suivi précis de la performance.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation (hors VAE) :

- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Réalisation d'une veille stratégique

Dossier écrit individuel

Le candidat devra formuler une proposition de structuration ou d'optimisation d'un processus de veille stratégique, restituée par :

- L'analyse et la définition des besoins en informations (données) de l'entreprise ;
- Le choix des outils digitaux d'acquisition et de traitement des données (intégrant un SIC).
- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Elaboration d'une stratégie commerciale sur la base d'un diagnostic stratégique

Dossier de diagnostic réalisé collectivement et stratégie commerciale élaborée et formalisée individuellement

Les candidats devront élaborer et formaliser une stratégie commerciale sur le fondement d'un diagnostic stratégique.

Chaque candidat établit individuellement le plan d'action (budgétisé et planifié) déclinant la stratégie et accompagné de ses KPI associés.

Les candidats devront présenter le plan d'action lors d'une présentation individuelle.

RNCP40591BC02 — Développer l'activité commerciale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Caractériser le besoin client (fonctionnement du process achat client), en utilisant des outils de collecte et d'analyse sur ses attentes selon différents canaux (e-CRM, entretiens, collecte automatisée, ...), afin de qualifier son expression et de consolider les piliers et leviers de la stratégie commerciale.
- Formaliser le tunnel de vente en définissant, étape par étape, les objectifs, les actions, et les résultats attendus pour chaque phase, afin d'assurer l'optimisation continue du tunnel basé sur les retours d'expérience et les données de performance répondant aux évolutions des attentes clients.
- Gérer un réseau de contacts et/ou de partenaires commerciaux stratégiques en France et/ou à l'international pour la commercialisation et la distribution des produits/services de l'entreprise, en veillant à sa cohérence avec le tunnel de vente établi, les parcours d'achats, ainsi qu'aux engagements RSE de l'entreprise, tout en évaluant régulièrement les performances des partenaires et en adaptant le réseau aux évolutions du marché, afin d'élargir l'offre de produits/services et l'atteinte de ses clients.
- Superviser les montages et opérations financières des activités export et/ou associées aux ventes complexes, en lien avec les directions concernées, en intégrant une gestion proactive des risques et en optimisant les coûts, afin

d'assurer la bonne distribution des produits/services de l'entreprise sur les zones géographiques visées.

- Elaborer un processus efficace de détection et de gestion d'opportunités d'affaires en mode agile, en identifiant les actions permettant le repérage des signaux forts et faibles au moyen d'outils digitaux et en établissant les informations nécessaires à l'évaluation et la démonstration de leurs rentabilité et pertinence, afin de décider du « Go-No go » de tout projet d'affaires en connaissances de cause.
- Sélectionner les appels d'offres stratégiques et/ou à forts enjeux financiers, en s'appuyant sur une analyse et une évaluation objectivée et critériée du produit/service attendu, de son cadre réglementaire et des atouts de son entreprise au regard des exigences spécifiées, afin de décider de s'y positionner avec des chances optimales de succès.
- Evaluer la teneur et l'impact des contraintes à prendre en compte pour la conception de l'offre commerciale en matière de qualité, d'accessibilité et de performance environnementale, en analysant les dispositions réglementaires et normatives en lien avec le secteur d'activité concerné, afin d'assurer la fourniture de solutions répondant aux besoins des personnes en situation de handicap et aux exigences de développement durable.
- Concevoir des offres commerciales de produits/services innovantes et personnalisées, en mobilisant les méthodes agiles de co-construction, de prototypage et d'expérimentation des solutions favorisant l'innovation, afin de maximiser leur attractivité, leur réponse aux exigences clients et leur réussite commerciale.
- Conduire tous types de négociations commerciales dans un contexte de vente complexe et, le cas échéant, international, en développant une stratégie adaptée dans le choix des solutions de repli et contreparties acceptables et en tenant compte de la dimension subjective de la relation, des intérêts respectifs, afin de parvenir à un accord clarifiant les termes et conditions de la transaction, dans le respect des exigences éthiques et réglementaires.
- Formaliser les bases d'accords commerciaux et leur traduction dans les contrats de vente, en respectant les obligations précontractuelles et contractuelles et en veillant à la présence des mentions essentielles (conditions d'acceptation, d'exécution et cadre juridique), en lien avec le service juridique, afin d'acter et de sécuriser les engagements mutuels de parties prenantes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation (hors VAE) :

- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel)

Réalisation d'une mission de conseil

Mission consulting – dossier écrit en groupe soutenu à l'oral.

Les candidats, constitués en équipe, devront réaliser une mission de conseil pour une entreprise, portant sur :

- La définition ou l'amélioration d'un tunnel de vente à partir d'un parcours client et ses besoins associés ;
- La définition et l'organisation de circuits de commercialisation et de distribution des produits ou leur amélioration.
- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Identification, qualification et sélection d'une affaire

Dossier écrit individuel.

Le candidat devra restituer le sourcing, l'analyse et l'évaluation d'un appel d'offre.

- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Conduite d'une affaire à fort enjeu et/ou valeur ajoutée

Dossier écrit individuel soutenu à l'oral : soutenance réalisée en partie en anglais.

Chaque candidat devra fournir :

- La construction d'une offre commerciale à fort enjeu et/ou valeur ajoutée ;
- La négociation de l'offre commerciale ;
- Les clauses contractuelles encadrant la transaction.

RNCP40591BC03 — Optimiser la performance commerciale et l'expérience client

LISTE DE COMPÉTENCES

- Structurer le processus d'administration des ventes de l'entreprise (ADV), en déterminant les procédures et les outils d'automatisation associés assurant le suivi des affaires signées dans une logique d'optimisation de la gestion de la commande et, afin d'en garantir le respect des étapes, de conserver la satisfaction client et de renforcer l'efficacité opérationnelle.
- Encadrer les opérations de facturation, de gestion des avoirs clients, ainsi que de suivi des impayés et des litiges potentiels, en mettant en place des procédures préventives et d'optimisation des flux financiers, en lien avec les services financiers, afin d'assurer l'alimentation de la trésorerie de l'entreprise et la satisfaction de ses besoins en fonds de roulement.
- Gérer les désaccords et litiges commerciaux de première importance avec les grands comptes, comptes clés,

fournisseurs et distributeurs de l'entreprise, en privilégiant une approche préventive, amiable et partenariale, afin de dénouer la situation dans le respect des intérêts de chacune des parties et, le cas échéant, de préserver l'image de l'entreprise et la confiance de ses partenaires.

- Mettre en place des dispositifs d'écoute de la voix clients de l'entreprise, en choisissant les outils et moyens à mettre en œuvre selon une approche omnicanale, afin d'identifier et suivre l'évolution de leurs attentes et motifs d'irritation, dans le respect des obligations imposées par le RGPD.
- Déterminer les actions d'amélioration de l'expérience clients à mettre en œuvre sur les différents canaux et points de contact avec l'entreprise, en s'appuyant sur les remontées des dispositifs d'écoute de la voix clients, afin d'en faire un avantage concurrentiel et d'optimiser leur satisfaction et leur fidélisation.
- Evaluer la performance commerciale de l'entreprise, en analysant les indicateurs définis, afin de repérer les succès à capitaliser, les marges de progrès et les écarts avec les objectifs non atteints.
- Définir les actions et mesures correctives permettant de remédier aux insuffisances de performance constatées, en s'appuyant sur les leviers stratégiques, afin d'ajuster voire de réorienter la mise en œuvre de la stratégie commerciale.
- Construire le reporting de la performance commerciale à destination de la direction générale, en restituant de façon claire et synthétique les tableaux de bords et indicateurs partagés entre les services (R&D, production, achats, financiers), afin de contribuer à l'objectivation de toute décision stratégique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalités d'évaluation (hors VAE) :

Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Elaboration d'un dispositif d'amélioration des ventes

Dossier écrit individuel

Chaque candidat devra fournir :

- La définition ou l'amélioration d'un processus d'administration des ventes ;
- La mise en place d'un dispositif d'écoute de la voix client et son exploitation à des fins d'amélioration de l'expérience client ;
- L'évaluation de la performance commerciale, son reporting et la conception d'un plan d'amélioration associé.

RNCP40591BC04 — Manager les équipes et les projets

LISTE DE COMPÉTENCES

- Organiser un service ou un projet commercial au niveau fonctionnel, en définissant le rôle, le périmètre d'activité et le niveau de responsabilité des membres de l'équipe, afin de bâtir un cadre optimisant les ressources humaines mobilisées et favorisant l'atteinte des objectifs fixés au collectif et aux individus.
- Déterminer les conditions de travail et modes de collaboration des membres d'un service ou d'un projet commercial, en établissant des modalités compatibles avec des organisations hybrides et nomades, et en identifiant les dispositions nécessaires à l'inclusion et à l'autonomie des personnes en situation de handicap, en lien avec le service RH, afin de conjuguer efficience opérationnelle et bien-être des collaborateurs en application de la politique RSE de l'entreprise.
- Optimiser la gestion d'un service ou d'un projet commercial sur le plan financier, en analysant ses différents postes de dépense et en opérant les choix d'allocation des ressources en fonction des actions à mener, de leur importance respective et de leur priorité, afin d'assurer une répartition réfléchie et hiérarchisée des moyens budgétaires mis à disposition.
- Définir par anticipation les besoins en compétences d'un service ou d'un projet commercial, en tenant compte des évolutions résultant de facteurs organisationnels, technologiques et environnementaux, afin de déterminer qualitativement et quantitativement, avec les RH, les recrutements et actions de formation à opérer.
- Contribuer à l'attraction et au recrutement des talents d'un service ou d'un projet commercial, en valorisant sur son périmètre la culture et la singularité de l'entreprise (orientation client, éthique, engagement, ...) et en appliquant un processus de sélection objectivé et inclusif, conformément à la politique RH de l'entreprise et à ses engagements RSE, afin de disposer de ressources et talents alignés avec les exigences de qualité et de performance de l'activité.
- Identifier de façon concertée les actions favorisant l'évolution professionnelle des collaborateurs d'un service ou d'un projet commercial, en procédant à l'évaluation périodique de leurs résultats et à celle de leurs aspirations, afin de les accompagner dans la sécurisation de leur parcours et de leur montée en compétences.
- Etablir le cadre méthodologique du projet commercial à conduire, en choisissant l'approche la plus adaptée (agile, prédictive, hybride) au regard de sa nature, de son contexte et des enjeux et des risques associés, afin de maximiser sa réussite par la mobilisation d'outils et d'un ordonnancement adéquat.

- Animer l'écosystème du projet commercial et ses différentes parties prenantes, en utilisant les méthodes et techniques favorisant l'intelligence collective, la prise d'initiative et la créativité, afin de fédérer le collectif autour d'objectifs partagés, de maintenir la motivation de chacun et de susciter l'innovation.
- Coordonner la réalisation des actions du projet commercial, en mettant en place une communication et des techniques d'implication adaptées aux équipes concernées et impactées, afin de lever les freins au changement et de contribuer à l'adoption de l'innovation voire de la transformation au sein de l'entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Organisation d'un service ou d'un projet commercial

Dossier écrit individuel

Chaque candidat organise devra restituer :

- L'organigramme du service/équipe, indiquant la répartition des rôles et missions ;
- Les conditions et modalités de collaboration ;
- Le budget de fonctionnement.
- Etude de cas

Mise en place des modalités de gestion RH

Travail individuel écrit

Le candidat établit les modalités de gestion RH en restituant :

- La qualification et la quantification des besoins en recrutement et en développement de compétences ;
- La proposition de solutions pour pourvoir répondre aux besoins repérés ;
- Le processus d'évolution professionnelle des collaborateurs.
- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Mise en œuvre d'un projet commercial

Dossier écrit en groupe soutenu à l'oral

Dans un cadre collectif, chaque candidat prévoit la mise en œuvre d'un projet commercial, incluant le management des équipes associées, restitué par un rapport d'expérience.

RNCP40591BC05 — Développer son réseau professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Cartographier les acteurs institutionnels et économiques du secteur d'activité de son entreprise, en évaluant leurs positions, positionnements et pouvoirs d'influence respectifs, afin de déterminer les cercles et réseaux à intégrer.
- Mettre en œuvre les actions d'approche de cercles, réseaux et acteurs professionnels, en utilisant des outils de networking et des stratégies de communication adaptées, afin de tisser un réseau de relations vecteur de développement et de facilitation des projets de l'entreprise.
- Contribuer à l'accroissement de la visibilité de l'entreprise auprès de partenaires clés, en utilisant les outils, techniques et méthodes de communication adaptées en direction des acteurs et réseaux d'influence de son secteur d'activité, afin de la faire rayonner et de cultiver sa notoriété, son positionnement et son offre produits/services par rapport à sa concurrence.
- Développer des relations interpersonnelles de qualité et d'ouverture avec ses partenaires et clients professionnels, en tenant compte des attentes de ses interlocuteurs, en s'adaptant à leurs codes et modes de fonctionnement et en se centrant sur l'humain, afin de nouer des liens durables gages de confiance, de pérennité et de fidélité.
- Cultiver une posture professionnelle cohérente, flexible et inclusive, en adoptant une attitude respectueuse de l'image et des valeurs de son entreprise, et en tenant compte des besoins spécifiques de ses partenaires et collaborateurs, notamment en situation de handicap, afin d'agir en conformité avec son éthique professionnelle et celle de l'entreprise.
- Affirmer sa « marque personnelle » au sein de sa communauté professionnelle, en sélectionnant des canaux de présence et des stratégies d'engagement adaptés, tant en ligne qu'en présentiel, afin de développer une influence positive et une visibilité favorisant les opportunités d'évolution.
- Concevoir un plan de gestion de crise, en s'appuyant sur l'élaboration de scénarios potentiels, en mettant en place des indicateurs de risques, et en déterminant les mesures d'urgence adaptées aux différentes situations envisagées, afin de réagir efficacement en coordination avec les parties prenantes internes et externes, en cas de survenue d'événements extraordinaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Mise en place de la stratégie de constitution de réseau

Dossier écrit individuel

Le candidat devra mettre en place :

- La cartographie des acteurs du secteur d'activité.
- La stratégie d'approche d'acteurs sélectionnés.
- Les actions de développement de réseau et contribuant au rayonnement de l'entreprise.
- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel)

Mise en place de sa promotion personnelle

Soutenance individuelle à l'oral

Chaque candidat réalise et présente ses propres outils et canaux de communication et de promotion professionnelles.

- Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)

Conception d'un plan de gestion de crise

Dossier écrit en groupe, soutenu à l'oral

Les candidats, constitués en équipe, conçoivent un plan de gestion et de communication de crise.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager de la Stratégie Commerciale est amené à exercer dans tous types d'entreprises ayant pour modèle économique principal la vente de produits ou services, soit à d'autres entreprises (modèle d'affaires BtoB), soit directement aux consommateurs (modèle d'affaires BtoC). Leurs secteurs d'activité peuvent donc être très divers, industrie, construction, informatique, distribution et services.

Le Manager de la stratégie commerciale peut exercer dans des structures de toute taille, de la TPE aux grands groupes internationaux.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les principaux types d'emplois accessibles sont variables en fonction des niveaux d'expérience :

- Chargé d'affaires/Responsables commerciaux et de secteur ;
- Ingénieur commercial ou d'affaires ;
- Business manager/Business developer, Sales manager ;
- Export manager, Manager d'activité ;
- Customer success manager ;
- Manager grand compte /Key account manager ;
- Consultant en développement commercial ;
- Directeur du développement/ Directeur commercial ;
- Chef de projet/Market leader.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'accès au métier et les conditions d'exercice du Manager de la Stratégie Commerciale ne font pas l'objet d'une réglementation.

Toutefois, certaines réglementations spécifiques doivent être maîtrisées par ce professionnel dans le cadre de ses activités: le droit des affaires, incluant les dispositions relatives au droit commercial, le droit de la concurrence, le droit de la distribution, ainsi que

le droit de la propriété intellectuelle. En fonction de l'activité de son entreprise, il peut avoir à prendre en compte les législations propres à certaines zones géographiques et/ou à certains secteurs d'activité, ainsi que celles régissant le commerce international et les règles douanières pour l'importation et l'exportation des biens et services.

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

Pour accéder à la formation le candidat doit :

- Être titulaire au minimum d'une certification professionnelle de Niveau 6 ou avoir validé au moins trois années de formation post baccalauréat dans le cadre de diplômes ou titres reconnus par l'Etat ou d'un diplôme étranger admis en équivalence,
- Ou être titulaire d'un diplôme ou titre de niveau inférieur et avoir occupé des fonctions commerciales de Attaché Commercial/technico-commercial, Responsable commercial/marketing / de comptes, de comptes-clés, Responsable succès et expérience client, Conseiller commercial / Attaché commercial, Chef de projet commercial/marketing/business analytics, Attaché Commercial/technico-commercial, Responsable commercial / marketing / de comptes, de comptes-clés, Responsable succès et expérience client, Conseiller commercial/ Attaché commercial, Chef de projet commercial/marketing/business analytics pendant au moins 1 an.

Dans le cas où un candidat/une candidate ne disposerait pas des prérequis définis, il/elle a la possibilité de déposer un dossier de candidature qui sera examiné par une commission réunissant la direction pédagogique de IDRAC-ICL et le/la responsable en charge du recrutement des candidats en vue d'une admission « exceptionnelle ». Le dossier de candidature fera l'objet d'une VAPP (Validation des Acquis Professionnels et Personnels).

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Pour accéder à la certification le candidat doit :

- Avoir suivi au minimum 80% du programme de formation par année de formation (absences justifiées incluses) ;
 - Avoir rendu les livrables attendus et spécifiés dans les modalités d'évaluation de chaque bloc de compétences dans les délais impartis ;
 - Avoir réalisé la période d'application professionnelle en entreprise selon la voie d'accès à la formation :
 - o En contrat d'apprentissage / contrat de professionnalisation : 1ère année durée minimale de 12 semaines (absences justifiées incluses) / 2ème année 20 semaines (absences justifiées incluses) ;
 - o En formation initiale (hors alternance) : 20 semaines (absences justifiées incluses) ;
- Après un parcours de formation continue : Période d'application professionnelle conseillée mais non obligatoire ;
- o Par expérience (VAE) : Non concernée

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

Le jury de délivrance de la certification est composé de :

- 1 Président de jury extérieur à AIPF-IDRAC

- 2 représentants de l'AIPF-IDRAC dont la direction de l'école IDRAC-ICL
- 2 professionnels extérieurs à l'école exerçant ou ayant exercé le métier visé.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de délivrance de la certification par la voie de l'expérience est composé de :

- 1 Président de jury représentant AIPF-IDRAC-ICL
- 1 représentant de AIPF-IDRAC
- 3 professionnels extérieurs à l'école exerçant ou ayant exercé le métier visé.

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	10 038 €
Selon la branche	6 500 € – 10 284 €
Prise en charge	Branches concernées
10 038 €	Valeur par défaut · 160 branches
10 284 €	CPNE Casinos, CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Personnel navigant technique des exploitants d'hélicoptères, CPNE Services de l'eau, CPNE Transport aérien : personnel au sol
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
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux
10 230 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
10 075 €	CPN de la branche du Travail mécanique du bois, scieries, négoce et importation des bois
10 000 €	CNPE des sociétés financières
9 900 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
9 610 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
9 510 €	CPNE des agents généraux d'assurance
9 080 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
9 005 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
9 000 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne
8 813 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
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
8 023 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
8 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 200 €	CPNE Banque

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	484	5	85 %	—
2022	411	5	88 %	83 %
2021	413	0	94 %	83 %
2020	458	1	92 %	83 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36518

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP36373, RNCP36518, RNCP36607, RNCP38135, RNCP38583

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.ecoles-idrac.com/programme/mba-ingenierie-d-affaires>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40591/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	16 200 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	12
Organismes gestionnaires (CFA)	6
Organismes formateurs	12
Régions couvertes	8

Départements couverts	10
Organismes certifiés Qualiopi	12
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).