

Responsable d'affaires commerciales et du développement à l'international

RNCP41479 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312m
Formacode(s)	34593, 34271
Code(s) ROME	M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/10/2025
Date d'échéance	27/10/2028

Certificateur(s)

INSTITUT SUPERIEUR D'INFORMATIQUE ET DE MANAGEMENT DE L'INFORMATION · SIRET : 33017866600088

Partenaires habilités

49 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 49 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION DE GESTION DE L'ECOLE SUPERIEURE DES SERVICES	80760437600028	Former et organiser l'évaluation
AVOLYS	33354415300146	Former et organiser l'évaluation
C.F.P.J	44955733900032	Former et organiser l'évaluation
ECOFAC EVOLUTION	51869149800019	Former et organiser l'évaluation
ECOFAC EVOLUTION	51869149800043	Former et organiser l'évaluation
ECOFAC EVOLUTION	51869149800068	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEUR DES SERVICES	41811390800036	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE COMMERCE COMMUNICATION	38370431900037	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE COMMERCE COMMUNICATION	38370431900086	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE COMMERCE COMMUNICATION	38370431900102	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 49 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp41479-responsable-d-affaires-commerciales-et-du-developpement-a-l-international/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un environnement économique marqué par la mondialisation, la digitalisation des échanges et une concurrence accrue, les entreprises doivent sans cesse adapter leurs stratégies commerciales pour conquérir de nouveaux marchés. Ce contexte impose une compréhension fine des dynamiques économiques internationales, des réglementations en vigueur, ainsi que des spécificités culturelles propres à chaque zone géographique. Les enjeux liés à la croissance à l'international, à la sécurisation des partenariats commerciaux et à la gestion des risques transfrontaliers deviennent alors centraux. Le développement à l'étranger ne se limite plus à une simple démarche d'exportation : il requiert une vision stratégique, une capacité d'adaptation rapide et une veille constante sur les évolutions du marché mondial. C'est dans ce cadre exigeant que s'inscrit l'action du Responsable d'affaires commerciales et du développement à l'international, acteur clé de la compétitivité et de l'expansion des entreprises sur la scène mondiale.

ACTIVITÉS VISÉES

Veille et innovation dans le secteur du commerce au national et à l'international

Identification des opportunités de développement commercial innovant, durable et inclusif au national et à l'international

Participation à l'élaboration de la stratégie commerciale en matière de développement commercial au national et à l'international

Pilotage d'un plan d'actions commerciales

Développement de l'offre commerciale et du portefeuille de clients

Gestion responsable et inclusive d'une équipe commerciale

Suivi des réalisations des actions

Mise en œuvre responsable d'un discours commercial

Optimisation du discours commercial dans une logique d'amélioration continue

Réalisation responsable des actions commerciales Achats & Supply Chain

Optimisation de la chaîne d'approvisionnement et des achats

Mise en œuvre responsable du discours commercial à l'international

Optimisation du discours commercial international dans une logique d'amélioration continue

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser une veille commerciale, technologique, tendancielle et concurrentielle dans un cadre éthique, inclusif et durable, en identifiant des sources fiables, en collectant et en analysant les informations sur les évolutions et tendances du marché via des outils d'automatisation et d'intelligence artificielle, en tenant compte de la géopolitique, afin d'adapter la stratégie de développement de l'organisation.

Analyser les attentes de la Direction en termes développement commercial, en identifiant le produit/service concerné par le projet de développement commercial, la problématique, les objectifs, le contexte et les cibles, afin de réaliser une synthèse des besoins, accessible à tous et approuvée par la Direction, et d'orienter l'étude de marché nécessaire à la définition des orientations stratégiques du projet de développement commercial.

Réaliser une étude approfondie du segment de marché concerné par le produit/service, en identifiant les besoins, attentes et comportements des cibles finales, en mobilisant des données qualitatives et quantitatives recueillies via des outils d'analyse numérique telle que l'intelligence artificielle, afin d'identifier des opportunités de développement commercial en accord avec les orientations stratégiques de l'organisation.

Apprécier les opportunités de développement économique et commercial, en analysant les études de marché contenues dans le business plan, en considérant la position concurrentielle de l'organisation sur les secteurs concernés, afin de proposer des solutions de développement commercial qui seront validées par la Direction commerciale.

Traduire la stratégie de développement commercial de l'organisation vers des orientations, en déterminant le type de croissance de l'organisation, en coopérant avec les départements marketing et financier, en exploitant les études de marché réalisées par le département marketing et les résultats de la veille, afin de déterminer les axes du développement commercial, à la fois compétitif, innovant et responsable.

Formuler une proposition commerciale et de la stratégie de vente accessible à tous, en contribuant à l'élaboration d'une stratégie d'implantation et de commercialisation, en élaborant un document écrit et visuel argumenté en réponse aux attentes de la Direction, aux analyses et études réalisées, en intégrant des solutions d'innovation technologique, telles que l'utilisation de l'IA, et éco-responsables, afin de faciliter les feedbacks de la Direction et la

validation du choix d'une solution de développement commercial responsable.

Présenter en réunion une synthèse structurée et accessible de la solution de développement commercial responsable retenue,

en s'appuyant sur des supports complétés par une prise de parole compréhensible de tous, afin de faciliter l'adhésion de la Direction et entamer la phase d'élaboration de la solution de développement commercial.

Rédiger un plan d'actions commerciales accessibles à tous, en définissant les actions opérationnelles, en faisant le lien entre la stratégie commerciale de l'organisation et l'exécution opérationnelle sur le terrain par les commerciaux, en concevant un planning opérationnel d'actions commerciales, en définissant des indicateurs de performance commerciale, en mobilisant les outils adéquats tels que le e-commerce ou le m-commerce et en intégrant des solutions technologiques innovantes telles que l'intelligence artificielle ou l'automatisation en respectant des critères de durabilité, d'accessibilité, afin de développer l'offre et la performance commerciale de l'organisation.

Piloter la mise en œuvre des stratégies commerciales, en s'appuyant sur les rétroactions du plan d'actions commerciales, en mobilisant des outils d'analyse de marché et de veille concurrentielle, afin de prendre des décisions agiles et éclairées face aux dynamiques globales, tout en assurant une coordination efficace des équipes multiculturelles impliquées dans le déploiement opérationnel.

Définir son public cible, en établissant un plan de prospection commerciale multicanale dans une logique éthique et responsable, en définissant les canaux de distribution : vente directe, e-commerce, agents, distributeurs..., en planifiant des actions de promotion, de prospection ou de participation à des salons professionnels, afin d'établir une offre commerciale adaptée au public cible.

Élaborer une offre commerciale adaptée aux marchés cibles, en exploitant les résultats de la veille stratégique et concurrentielle sur les marchés, en élaborant une stratégie d'offre adaptée aux marchés cibles, en déterminant le plan d'actions commerciales import/export, en construisant des argumentaires de vente accessibles à tous, afin de contractualiser avec les clients.

Concevoir des campagnes commerciales en adéquation avec la stratégie de développement commercial, en participant à la définition des prix du produit/service, d'offres spéciales, en intégrant les attentes des clients, en considérant les données contextuelles du marché, les enjeux de durabilité et d'accessibilité, en ayant l'adhésion de la hiérarchie, afin de stimuler les ventes et répondre aux objectifs durables définis par la Direction.

Conduire les négociations commerciales dans un contexte interculturel, en identifiant les parties prenantes et les décideurs dans le cycle d'achat, en adaptant sa posture et ses méthodes de négociation aux usages commerciaux locaux, en discutant les clauses tarifaires, contractuelles, logistiques et les conditions de règlement en maîtrisant les risques, en respectant les directives de la Direction financière, afin d'accroître et de suivre le portefeuille clients.

Fidéliser les clients en offrant un service de qualité accessible à tous, en établissant une relation de confiance avec ses clients, en assurant des visites, en négociant les contrats, services tarifs et remises, en encadrant tout le processus de vente : livraison, service après-vente..., afin d'assurer la pérennisation de l'organisation.

Participer au recrutement de nouveaux collaborateurs de manière inclusive, en identifiant les besoins en compétences, en structurant la stratégie de recherche et de traitement des candidatures notamment via les outils de l'IA, en sélectionnant les candidatures de manière objective, en facilitant son intégration dans l'équipe, afin de garantir la cohésion de l'équipe commerciale.

Produire et diffuser une information claire et pertinente auprès des collaborateurs, en faisant preuve d'esprit critique et en développant une argumentation synthétique, structurée, multiculturelle et accessible pour tous, afin de garantir une compréhension partagée des enjeux et des objectifs de l'organisation et de créer les conditions favorables à l'accompagnement des équipes.

Intégrer et accompagner la montée en compétences des collaborateurs, en veillant au respect des valeurs d'inclusion, de diversité, de mixité et d'égalité professionnelle et en les guidant dans la mise en œuvre des actions commerciales opérationnelles, afin de développer leur efficacité professionnelle.

Coordonner les équipes commerciales et les partenaires locaux de manière agile, en définissant des objectifs alignés avec les spécificités culturelles et économiques des pays cibles, en déployant des outils de gestion de projet collaboratifs et en assurant une communication efficace via des supports multilingues et accessibles à tous, afin d'optimiser la mise en œuvre des stratégies définies et garantir leur succès.

Planifier l'activité d'une équipe de commerciaux, en établissant un tableau de bord commercial pour le pilotage de l'activité, en procédant à une répartition des tâches tenant compte des compétences et de l'expérience de chaque collaborateur et le cas échéant, en mettant en œuvre des aménagements horaires et/ou matériels pour compenser les handicaps, afin de respecter les échéances fixées.

Coordonner l'activité des collaborateurs mobilisés sur les actions, en déployant un management agile, collaboratif et inclusif et en suivant le planning du plan d'actions, afin de garantir une livraison conforme aux termes du contrat.

Identifier le besoin du client, en l'écouter activement, en reformulant ses attentes, en adaptant son discours pour le rendre accessible à tous, afin de conclure une vente.

Promouvoir les produits/services auprès des clients, en participant aux actions commerciales, en bâtissant un argumentaire de vente accessible à tous, et en accompagnant les équipes dans les actions de distribution du produit/service, afin de contribuer aux objectifs de développement commercial fixés par le commanditaire.

Conduire un entretien de vente, en procédant au retraitement des objections du client, en émettant des contrepropositions, en développant un discours accessible à tous, afin de conclure la vente.

Remédier à un manque de performance commerciale, en prévoyant des points de contrôle et des moyens à attribuer au respect de la feuille de route commerciale, en optimisant l'organisation commerciale, les processus de vente et les moyens nécessaires à la réalisation des actions définies, en reportant à sa hiérarchie via des tableaux de bord adaptés, afin d'aménager au fur et à mesure le plan d'actions commerciales.

Ajuster les stratégies commerciales, en fonction des analyses réalisées, en réorientant les actions et les ressources, en réajustant les objectifs de vente fixés par la Direction de l'organisation et en les faisant approuver, afin d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires avec des pratiques commerciales durables et responsables.

Etablir un plan d'amélioration continue accessible à tous, en rédigeant des recommandations d'optimisation des processus de vente et de l'organisation commerciale, en intégrant une dimension digitale, en veillant à la cohérence entre les objectifs de rentabilité et les principes de durabilité, en soumettant la proposition à la Direction commerciale pour validation, afin d'optimiser le déploiement des actions commerciales opérationnelles.

Concevoir une politique d'achats au national et/ou à l'international, en analysant les besoins d'approvisionnement en lien avec la stratégie commerciale et les objectifs de développement, en tenant compte des contraintes budgétaires, logistiques et réglementaires propres aux marchés, en s'appropriant les réglementations douanières fixant les modalités d'importation, d'exportation, de transit et de stockage des biens, en évaluant et sélectionnant des fournisseurs selon des critères de coût, qualité, délais, risques et développement durable, afin d'élaborer un plan d'approvisionnement permettant d'optimiser les flux de marchandises, d'informations et financiers sur toute la chaîne logistique.

Mettre en œuvre un plan d'approvisionnement au national et/ou à l'international, en définissant la stratégie d'approvisionnement, en planifiant les commandes, en pilotant la relation fournisseurs dans une logique éthique et responsable, en maîtrisant les règles de gestion des Incoterms et la réglementation douanière applicable afin de piloter la chaîne d'approvisionnement et des achats.

Gérer les achats, la chaîne d'approvisionnement et les stocks au national et/ou à l'international, en s'appuyant sur des outils numériques de suivi, en appliquant les réglementations douanières, fiscales et logistiques dans le cadre des échanges internationaux, en assurant la conformité réglementaire et la maîtrise des risques, afin d'apprécier le déploiement des actions commerciales achats et supply chain.

Evaluer la performance du déploiement des achats et de la supply chain au national et/ou à l'international, en mettant en place un système de suivi et de mesure de la performance, en identifiant les axes d'amélioration continue, en optimisant tout ou partie de la chaîne de valeur impactée, en reportant régulièrement auprès de la Direction commerciale, afin d'élaborer un plan d'actions.

Elaborer un plan d'actions pour atteindre les objectifs définis, en définissant les responsabilités tenant compte, au besoin, des situations de handicap et un calendrier pour chaque action, en déployant des outils et des technologies améliorant d'efficacité et la rentabilité, afin d'améliorer la visibilité et la collaboration.

Mesurer la performance des actions achats et supply chain mises en place, avec les fournisseurs nationaux et/ou internationaux, en coordonnant les actions entre les services internes : commerce, logistique, finance et les partenaires externes : prestataires logistiques, transitaires, douanes, de manière agile et inclusive, en concevant des outils collaboratifs de reporting, en déterminant et en analysant les indicateurs de performance et les critères permettant de produire les alertes pour réajuster le plan d'action, afin de garantir la fluidité des opérations.

Déterminer le besoin du client à l'international, en l'écouter activement, en reformulant ses attentes, en adaptant son discours pour le rendre accessible, afin d'arriver à l'acceptation de la proposition ou à une avancée significative dans le processus de vente.

Promouvoir les produits et services auprès de clients issus de contextes culturels variés, en participant à des actions commerciales à l'échelle internationale, en élaborant un argumentaire de vente clair, inclusif et adapté aux spécificités interculturelles, tout en mobilisant les équipes locales et internationales dans la distribution et la valorisation des offres, afin de contribuer activement à la dynamique de développement commercial et à l'engagement durable des clients.

Conduire un entretien de vente à l'international, en assurant le retraitement des objections du client, en émettant des contrepropositions, en développant un discours accessible à tous, afin de conclure la vente.

Optimiser la gestion des réseaux de distribution et des partenariats commerciaux, en intégrant des leviers numériques : e-commerce, marketplaces internationales, des démarches de veille concurrentielle et des stratégies logistiques adaptées, en reportant à sa hiérarchie via des tableaux de bord adaptés, afin d'améliorer la compétitivité et la rentabilité des opérations internationales.

Adapter les stratégies commerciales aux évolutions du marché international, en exploitant les résultats de la veille économique sur les tendances sectorielles, en analysant les données macroéconomiques et géopolitiques et en réalisant des études comparatives de positionnement, en reportant régulièrement à la hiérarchie, afin d'anticiper les mutations et ajuster les plans d'actions.

Piloter l'amélioration continue des processus commerciaux à l'international, en analysant les performances à l'aide d'indicateurs clés, de tableaux de bord dynamiques et d'outils de business intelligence, en structurant des démarches de feedback et en mobilisant des méthodes d'innovation et d'optimisation comme le lean management, afin d'ajuster les stratégies commerciales, renforcer l'adaptabilité et garantir la performance durable des actions de développement à l'échelle mondiale.

Blocs de compétences

RNCP41479BC01 — Contribuer à la définition des orientations du développement commercial au national et à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser une veille commerciale, technologique, tendancielle et concurrentielle dans un cadre éthique, inclusif et durable, en identifiant des sources fiables, en collectant et en analysant les informations sur les évolutions et tendances du marché via des outils d'automatisation et d'intelligence artificielle, en tenant compte de la géopolitique, afin d'adapter la stratégie de développement de l'organisation.

Analyser les attentes de la Direction en termes développement commercial, en identifiant le produit/service concerné par le projet de développement commercial, la problématique, les objectifs, le contexte et les cibles, afin de réaliser une synthèse des besoins, accessible à tous et approuvée par la Direction, et d'orienter l'étude de marché nécessaire à la définition des orientations stratégiques du projet de développement commercial.

Réaliser une étude approfondie du segment de marché concerné par le produit/service, en identifiant les besoins, attentes et comportements des cibles finales, en mobilisant des données qualitatives et quantitatives recueillies via des outils d'analyse numérique telle que l'intelligence artificielle, afin d'identifier des opportunités de développement commercial en accord avec les orientations stratégiques de l'organisation.

Apprécier les opportunités de développement économique et commercial, en analysant les études de marché contenues dans le business plan, en considérant la position concurrentielle de l'organisation sur les secteurs concernés, afin de proposer des solutions de développement commercial qui seront validées par la Direction commerciale.

Traduire la stratégie de développement commercial de l'organisation vers des orientations, en déterminant le type de croissance de l'organisation, en coopérant avec les départements marketing et financier, en exploitant les études de marché réalisées par le département marketing et les résultats de la veille, afin de déterminer les axes du développement commercial, à la fois compétitif, innovant et responsable.

Formuler une proposition commerciale et de la stratégie de vente accessible à tous, en contribuant à l'élaboration d'une stratégie d'implantation et de commercialisation, en élaborant un document écrit et visuel argumenté en réponse aux attentes de la Direction, aux analyses et études réalisées, en intégrant des solutions d'innovation technologique, telles que l'utilisation de l'IA, et éco-responsables, afin de faciliter les feedbacks de la Direction et la validation du choix d'une solution de développement commercial responsable.

Présenter en réunion une synthèse structurée et accessible de la solution de développement commercial responsable retenue,

en s'appuyant sur des supports complétés par une prise de parole compréhensible de tous, afin de faciliter l'adhésion de la Direction et entamer la phase d'élaboration de la solution de développement commercial.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou simulée et à partir d'un dossier descriptif, le candidat contribue à la définition des orientations du développement commercial. Il rédige une note d'opportunité concernant le développement commercial et participe à l'élaboration de la stratégie commerciale en matière de développement commercial au national et à l'international. Il rend compte de son analyse dans un dossier d'étude.

Le livrable intègre :

- Un dossier de veille et de proposition stratégique,
- Contenu attendu du livrable :
 - Une synthèse de veille stratégique (marché, concurrence, innovations technologiques, réglementation, géopolitique...),
 - Une analyse des opportunités de développement à partir des données de veille et d'étude de marché,
 - La définition des axes de développement commercial (types de croissance, innovation, durabilité),
 - La proposition de stratégie d'implantation ou de commercialisation, illustrée par :
 - Un document de synthèse écrit,
 - Un support visuel,
 - L'intégration d'éléments d'IA, durabilité et accessibilité dans la réflexion stratégique.

Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury de professionnels.

RNCP41479BC02 — Développer le plan d'actions commerciales multicanal

LISTE DE COMPÉTENCES

Rédiger un plan d'actions commerciales accessibles à tous, en définissant les actions opérationnelles, en faisant le lien entre la stratégie commerciale de l'organisation et l'exécution opérationnelle sur le terrain par les commerciaux, en concevant un planning opérationnel d'actions commerciales, en définissant des indicateurs de performance commerciale, en mobilisant les outils adéquats tels que le e-commerce ou le m-commerce et en intégrant des solutions technologiques innovantes telles que l'intelligence artificielle ou l'automatisation en respectant des critères de durabilité, d'accessibilité, afin de développer l'offre et la performance commerciale de l'organisation.

Piloter la mise en œuvre des stratégies commerciales, en s'appuyant sur les rétroactions du plan d'actions commerciales, en mobilisant des outils d'analyse de marché et de veille concurrentielle, afin de prendre des décisions agiles et éclairées face aux dynamiques globales, tout en assurant une coordination efficace des équipes multiculturelles impliquées dans le déploiement opérationnel.

Définir son public cible, en établissant un plan de prospection commerciale multicanale dans une logique éthique et responsable, en définissant les canaux de distribution : vente directe, e-commerce, agents, distributeurs..., en planifiant des actions de promotion, de prospection ou de participation à des salons professionnels, afin d'établir une offre commerciale adaptée au public cible.

Élaborer une offre commerciale adaptée aux marchés cibles, en exploitant les résultats de la veille stratégique et concurrentielle sur les marchés, en élaborant une stratégie d'offre adaptée aux marchés cibles, en déterminant le plan d'actions commerciales import/export, en construisant des argumentaires de vente accessibles à tous, afin de contractualiser avec les clients.

Concevoir des campagnes commerciales en adéquation avec la stratégie de développement commercial, en participant à la définition des prix du produit/service, d'offres spéciales, en intégrant les attentes des clients, en considérant les données contextuelles du marché, les enjeux de durabilité et d'accessibilité, en ayant l'adhésion de la hiérarchie, afin de stimuler les ventes et répondre aux objectifs durables définis par la Direction.

Conduire les négociations commerciales dans un contexte interculturel, en identifiant les parties prenantes et les décideurs dans le cycle d'achat, en adaptant sa posture et ses méthodes de négociation aux usages commerciaux locaux, en discutant les clauses tarifaires, contractuelles, logistiques et les conditions de règlement en maîtrisant les risques, en respectant les directives de la Direction financière, afin d'accroître et de suivre le portefeuille clients.

Fidéliser les clients en offrant un service de qualité accessible à tous, en établissant une relation de confiance avec ses clients, en assurant des visites, en négociant les contrats, services tarifs et remises, en encadrant tout le processus de vente : livraison, service après-vente..., afin d'assurer la pérennisation de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou simulée et à partir d'un dossier descriptif d'une commande commerciale simulée, le candidat propose des étapes structurées de la commande

Le dossier comprend :

- l'analyse du marché et de la concurrence,
- les stratégies de vente, de distribution et de marketing,
- une trame de plan d'actions multicanal (résumé exécutif, cibles, canaux, actions principales, indicateurs de performance),
- un extrait d'offre commerciale adapté au public cible,
- le projet de campagne commerciale,
- une démarche et des outils prospectifs,
- le plan d'allocation des ressources et de budgétisation,

- le calendrier d'exécution des actions commerciales
- un support de suivi de performance (tableau de bord, indicateurs simples),
- les méthodes de suivi et de mesure des performances.

Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury de professionnels.

RNCP41479BC03 — Coordonner l'activité collaborative d'une équipe commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer au recrutement de nouveaux collaborateurs de manière inclusive, en identifiant les besoins en compétences, en structurant la stratégie de recherche et de traitement des candidatures notamment via les outils de l'IA, en sélectionnant les candidatures de manière objective, en facilitant son intégration dans l'équipe, afin de garantir la cohésion de l'équipe commerciale.

Produire et diffuser une information claire et pertinente auprès des collaborateurs, en faisant preuve d'esprit critique et en développant une argumentation synthétique, structurée, multiculturelle et accessible pour tous, afin de garantir une compréhension partagée des enjeux et des objectifs de l'organisation et de créer les conditions favorables à l'accompagnement des équipes.

Intégrer et accompagner la montée en compétences des collaborateurs, en veillant au respect des valeurs d'inclusion, de diversité, de mixité et d'égalité professionnelle et en les guidant dans la mise en œuvre des actions commerciales opérationnelles, afin de développer leur efficacité professionnelle.

Coordonner les équipes commerciales et les partenaires locaux de manière agile, en définissant des objectifs alignés avec les spécificités culturelles et économiques des pays cibles, en déployant des outils de gestion de projet collaboratifs et en assurant une communication efficace via des supports multilingues et accessibles à tous, afin d'optimiser la mise en œuvre des stratégies définies et garantir leur succès.

Planifier l'activité d'une équipe de commerciaux, en établissant un tableau de bord commercial pour le pilotage de l'activité, en procédant à une répartition des tâches tenant compte des compétences et de l'expérience de chaque collaborateur et le cas échéant, en mettant en œuvre des aménagements horaires et/ou matériels pour compenser les handicaps, afin de respecter les échéances fixées.

Coordonner l'activité des collaborateurs mobilisés sur les actions, en déployant un management agile, collaboratif et inclusif et en suivant le planning du plan d'actions, afin de garantir une livraison conforme aux termes du contrat.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'une étude de cas réaliste, réelle ou fictive, le candidat est placé dans une situation managériale simulée : il prend en charge la coordination d'une équipe commerciale dans une entreprise confrontée à un défi : lancement d'une nouvelle offre, réorganisation d'équipe, préparation d'une opération commerciale complexe...

Le candidat rend compte de son analyse dans un dossier comprenant :

- Pour la gestion de l'équipe
 - o une grille d'évaluation des candidatures,
 - o une note de cadrage ou communication interne exposant les enjeux commerciaux, les objectifs, et les attendus.
 - o un plan d'intégration ou de développement des compétences
- Pour la coordination opérationnelle
 - o un plan de coordination opérationnelle des équipes internes et externes,
 - o un planning d'activité commerciale incluant la répartition des rôles, l'adaptation aux profils.
 - o un tableau de bord de suivi de l'activité.
 - o les motivations des choix et la justification des modes de management.

Le candidat présente son analyse lors d'une soutenance orale réalisée devant un jury composé d'intervenants et de professionnels du secteur.

RNCP41479BC04 — Déployer des actions commerciales opérationnelles

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier le besoin du client, en l'écouter activement, en reformulant ses attentes, en adaptant son discours pour le rendre accessible à tous, afin de conclure une vente.

Promouvoir les produits/services auprès des clients, en participant aux actions commerciales, en bâtissant un argumentaire de vente accessible à tous, et en accompagnant les équipes dans les actions de distribution du produit/service, afin de contribuer aux objectifs de développement commercial fixés par le commanditaire.

Conduire un entretien de vente, en procédant au retraitement des objections du client, en émettant des contrepropositions, en développant un discours accessible à tous, afin de conclure la vente.

Remédier à un manque de performance commerciale, en prévoyant des points de contrôle et des moyens à attribuer

au respect de la feuille de route commerciale, en optimisant l'organisation commerciale, les processus de vente et les moyens nécessaires à la réalisation des actions définies, en reportant à sa hiérarchie via des tableaux de bord adaptés, afin d'aménager au fur et à mesure le plan d'actions commerciales.

Ajuster les stratégies commerciales, en fonction des analyses réalisées, en réorientant les actions et les ressources, en réajustant les objectifs de vente fixés par la Direction de l'organisation et en les faisant approuver, afin d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires avec des pratiques commerciales durables et responsables.

Etablir un plan d'amélioration continue accessible à tous, en rédigeant des recommandations d'optimisation des processus de vente et de l'organisation commerciale, en intégrant une dimension digitale, en veillant à la cohérence entre les objectifs de rentabilité et les principes de durabilité, en soumettant la proposition à la Direction commerciale pour validation, afin d'optimiser le déploiement des actions commerciales opérationnelles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'une étude de cas réaliste basée sur une organisation (réelle ou fictive), confrontée à des enjeux de développement commercial, le candidat conçoit et optimise des actions commerciales concrètes, dans une optique à la fois opérationnelle, responsable et performante.

Ce dossier comprend :

- La conception d'un plan d'actions commerciales opérationnelles
 - o Ciblage client et segmentation.
 - o Un argumentaire de vente accessible et interculturel.
 - o Des supports de promotion adaptés aux différents canaux et publics.
 - o Des actions de coordination avec les équipes commerciales et terrain.
- Des éléments de réponse aux objections clients et de gestion d'entretien de vente.
 - o Des mesures d'optimisation et d'ajustement
 - o Des indicateurs de performance (volumétriques, qualitatifs, RSE).
 - o Un suivi des écarts entre objectifs et résultats.
 - o Des propositions concrètes d'ajustement et d'amélioration continue.
 - o Un plan structuré intégrant une dimension digitale, durable et inclusive.
- Des recommandations.

Le candidat présente son travail en soutenance orale devant un jury composé d'enseignants et/ou de professionnels du commerce.

RNCP41479BC05 — Déployer des actions commerciales achats & supply chain

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une politique d'achats au national et/ou à l'international, en analysant les besoins d'approvisionnement en lien avec la stratégie commerciale et les objectifs de développement, en tenant compte des contraintes budgétaires, logistiques et réglementaires propres aux marchés, en s'appropriant les réglementations douanières fixant les modalités d'importation, d'exportation, de transit et de stockage des biens, en évaluant et sélectionnant des fournisseurs selon des critères de coût, qualité, délais, risques et développement durable, afin d'élaborer un plan d'approvisionnement permettant d'optimiser les flux de marchandises, d'informations et financiers sur toute la chaîne logistique.

Mettre en œuvre un plan d'approvisionnement au national et/ou à l'international, en définissant la stratégie d'approvisionnement, en planifiant les commandes, en pilotant la relation fournisseurs dans une logique éthique et responsable, en maîtrisant les règles de gestion des Incoterms et la réglementation douanière applicable afin de piloter la chaîne d'approvisionnement et des achats.

Gérer les achats, la chaîne d'approvisionnement et les stocks au national et/ou à l'international, en s'appuyant sur des outils numériques de suivi, en appliquant les réglementations douanières, fiscales et logistiques dans le cadre des échanges internationaux, en assurant la conformité réglementaire et la maîtrise des risques, afin d'apprécier le déploiement des actions commerciales achats et supply chain.

Evaluer la performance du déploiement des achats et de la supply chain au national et/ou à l'international, en mettant en place un système de suivi et de mesure de la performance, en identifiant les axes d'amélioration continue, en optimisant tout ou partie de la chaîne de valeur impactée, en reportant régulièrement auprès de la Direction commerciale, afin d'élaborer un plan d'actions.

Elaborer un plan d'actions pour atteindre les objectifs définis, en définissant les responsabilités tenant compte, au besoin, des situations de handicap et un calendrier pour chaque action, en déployant des outils et des technologies améliorant d'efficacité et la rentabilité, afin d'améliorer la visibilité et la collaboration.

Mesurer la performance des actions achats et supply chain mises en place, avec les fournisseurs nationaux et/ou

internationaux, en coordonnant les actions entre les services internes : commerce, logistique, finance et les partenaires externes : prestataires logistiques, transitaires, douanes, de manière agile et inclusive, en concevant des outils collaboratifs de reporting, en déterminant et en analysant les indicateurs de performance et les critères permettant de produire les alertes pour réajuster le plan d'action, afin de garantir la fluidité des opérations.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'une étude de cas réaliste basée sur une organisation (réelle ou fictive) confrontée à des enjeux de gestion et d'optimisation de sa chaîne d'approvisionnement nationale et/ou internationale, dans un contexte d'expansion, de réorganisation, de crise logistique ou de montée en exigences RSE, le candidat rédige une analyse.

Le dossier d'analyse et de préconisations comprend :

- Un diagnostic des besoins d'approvisionnement en lien avec les objectifs commerciaux et les contraintes (budgétaires, réglementaires, logistiques).
- La définition d'une politique d'achats responsable (critères de sélection fournisseurs : coût, qualité, délais, risques, RSE).
- Un plan d'approvisionnement national et/ou international, intégrant la stratégie, les délais, les Incoterms, la relation fournisseur, les contraintes et spécificités douanières et les risques.
- L'utilisation d'outils numériques de gestion (ERP, TMS, WMS, tableaux de bord) pour le suivi des flux, des stocks et de la performance.
- L'évaluation de la performance de la chaîne : indicateurs clés, analyse des écarts, identification d'axes d'amélioration continue.
- Un plan d'actions correctives et d'optimisation, avec responsabilités, échéancier, indicateurs de suivi.
- Des propositions pour fluidifier la communication et la coordination entre services internes (commerce, logistique, finance) et partenaires externes (prestataires logistiques, transitaires, douanes).

Le candidat présente son travail en soutenance orale devant un jury composé d'enseignants et/ou de professionnels du commerce, des achats et de la supply chain.

RNCP41479BC06 — Déployer des actions en commerce international

LISTE DE COMPÉTENCES

Déterminer le besoin du client à l'international, en l'écouter activement, en reformulant ses attentes, en adaptant son discours pour le rendre accessible, afin d'arriver à l'acceptation de la proposition ou à une avancée significative dans le processus de vente.

Promouvoir les produits et services auprès de clients issus de contextes culturels variés, en participant à des actions commerciales à l'échelle internationale, en élaborant un argumentaire de vente clair, inclusif et adapté aux spécificités interculturelles, tout en mobilisant les équipes locales et internationales dans la distribution et la valorisation des offres, afin de contribuer activement à la dynamique de développement commercial et à l'engagement durable des clients.

Conduire un entretien de vente à l'international, en assurant le retraitement des objections du client, en émettant des contrepropositions, en développant un discours accessible à tous, afin de conclure la vente.

Optimiser la gestion des réseaux de distribution et des partenariats commerciaux, en intégrant des leviers numériques : e-commerce, marketplaces internationales, des démarches de veille concurrentielle et des stratégies logistiques adaptées, en reportant à sa hiérarchie via des tableaux de bord adaptés, afin d'améliorer la compétitivité et la rentabilité des opérations internationales.

Adapter les stratégies commerciales aux évolutions du marché international, en exploitant les résultats de la veille économique sur les tendances sectorielles, en analysant les données macroéconomiques et géopolitiques et en réalisant des études comparatives de positionnement, en reportant régulièrement à la hiérarchie, afin d'anticiper les mutations et ajuster les plans d'actions.

Piloter l'amélioration continue des processus commerciaux à l'international, en analysant les performances à l'aide d'indicateurs clés, de tableaux de bord dynamiques et d'outils de business intelligence, en structurant des démarches de feedback et en mobilisant des méthodes d'innovation et d'optimisation comme le lean management, afin d'ajuster les stratégies commerciales, renforcer l'adaptabilité et garantir la performance durable des actions de développement à l'échelle mondiale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'une étude de cas complexe et réaliste, basée sur une organisation (existante ou fictive) confrontée à des enjeux de développement international, le candidat conçoit un dossier stratégique opérationnel.

Le dossier inclut notamment :

- Un diagnostic de la situation internationale (analyse de marché, veille concurrentielle, identification des opportunités/menaces),
- La définition et mise en œuvre d'un plan d'action commercial international, intégrant les spécificités culturelles, économiques, logistiques et digitales,
- Une proposition de coordination des équipes internationales et de choix d'outils collaboratifs multilingues,
- L'élaboration d'un tableau de bord de suivi de performance (KPI, CRM, ERP),
- Un plan d'amélioration continue des actions commerciales (feedback, innovation, lean, adaptation stratégique).

Le candidat présente son travail en soutenance orale devant un jury composé d'enseignants et/ou de professionnels du commerce international.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activité d'entreprises sont très variés : Automobile, Habillement, Electronique et Informatique, Grande Distribution, Assurances, Banque, Conseil, Chimie, Transports, Médias & communication, Aéronautique, Produits pharmaceutiques, Organismes internationaux, Audit, Agro-alimentaire, Commerce B-to-B ou B-to-C

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Commerce opérationnel

- Commercial / Manager commercial / Ingénieur commercial
- Responsable commercial / Responsable développement commercial
- Responsable / Chargé d'affaires - Key account manager
- Responsable de compte - Account manager
- Responsable clientèle
- Responsable de secteur
- Business developer
- Responsable de centre de profit
- Responsable partenariats
- Chef de projet
- Business developer
- Ingénieur d'affaires
- Responsable des ventes - Sales manager / Manager des ventes

Achats & supply chain

- Responsable achats / Acheteur
- Acheteur projet / stratégique
- Responsable supply chain
- Coordinateur logistique
- Demand planner
- Responsable approvisionnement

Commerce international

- Responsable export / Manager export
- Chargé de développement international
- Responsable zone géographique
- International business developer
- Coordinateur import/export
- Responsable ADV export

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 2 à 3 sur 5.

Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une admission en 1^{ère} année : être titulaire du baccalauréat ou d'une certification professionnelle de niveau 4

Pour une admission en 2^{ème} année : avoir validé une première année d'enseignement supérieur dans les domaines de la gestion, du commerce ou des relations internationales

Pour une admission en 3^{ème} année : être titulaire d'une certification professionnelle de niveau 5 et/ou avoir validé deux premières années d'enseignement dans les domaines de la gestion, du commerce ou des relations internationales

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

Le jury est composé de 5 membres, selon la répartition suivante :

- 3 professionnels du secteur, toujours extérieurs à l'établissement, garantissant la représentation du monde professionnel ;
- 2 représentants du certificateur.

Financement en alternance (NPEC)

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

Prise en charge usuelle	8 708 €
Selon la branche	6 000 € – 8 789 €
Prise en charge	Branches concernées
8 708 €	Valeur par défaut · 166 branches
8 789 €	COPANIEF - Fabricant de sucres, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de la branche Banque Populaire
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNE de la branche de la librairie, CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux
7 222 €	CPNE chimie, CPNE des agents généraux d'assurance
8 703 €	CPNEFP de la branche négoce et prestations de services dans les domaines médico-techniques

8 100 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 837 €	CPNE Travail Temporaire
7 695 €	CNPE des sociétés financières
7 428 €	CPNE de l'immobilier
7 390 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 090 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager
7 051 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 842 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 698 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	27/10/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/10/2028
Date de dernière délivrance possible	26/10/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	684	0	72 %	43 %
2022	676	1	91 %	49 %
2021	623	0	91 %	37 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35106

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35106, RNCP36265, RNCP38756, RNCP38841, RNCP39100, RNCP40445

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Bachelor Management Commercial - École Commerce Alternance PPA

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41479/>

Où se former

Formations référencées	4
Organismes	4
Régions couvertes	3

Prix indicatif 5 190 € – 9 120 €

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

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	11
Organismes gestionnaires (CFA)	7
Organismes formateurs	10
Régions couvertes	6
Départements couverts	9
Organismes certifiés Qualiopi	10
Sessions	de 09/2024 à 09/2029

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	100 %
Période	01/2026 – 03/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	4 428 €
Coût moyen par dossier	2 214 €
Durée moyenne	400 h
Période	12/2025
France compétences	91 %
Reste à charge titulaire	9 %

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