

Chargé de développement commercial

RNCP41663 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34085, 34581, 34582
Code(s) ROME	D1402, D1406, D1407, M1704, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/11/2025
Date d'échéance	27/11/2028

Certificateur(s)

ASCENCIA PARIS LA DEFENSE · SIRET : 50123141900034

Partenaires habilités

10 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 10 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASCENCIA BUSINESS SCHOOL	50123141900042	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900030	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900063	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900071	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900089	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION ECEMA - ECOLE EUROPEENNE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE	53835166900097	Former et organiser l'évaluation
IFCV APPRENTISSAGE	87990046200018	Former et organiser l'évaluation
INSTIT FORMAT CARRIERES COMMUNICAT VEN	44026320000022	Former et organiser l'évaluation
KEYCE ACADEMY - COLLEGE DE PARIS	51872913200085	Former et organiser l'évaluation
KEYCE ACADEMY - COLLEGE DE PARIS	51872913200143	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé de développement commercial a une connaissance approfondie de son client cible et de son portefeuille

d'activité. Professionnel connecté, le Chargé de développement commercial est un créateur d'opportunités avec l'utilisation des nouveaux canaux de vente. Parfois cross canal ou multicanal (en fonction du secteur d'activité de son entreprise, sa culture, etc.), il est aujourd'hui agile pour déployer des stratégies omnicanales avec l'avènement du digital et la transformation numérique des entreprises. En position centrale le Chargé de développement commercial accompagne le déploiement de la stratégie commerciale générale et, sur son portefeuille / secteur / segment en gestion, cela comprend la création de plans d'action détaillés alignés sur les objectifs globaux de l'entreprise.

Dans un univers hyperconcurrentiel, il devra veiller à transformer une expérience d'achat en relation durable. Commercial averti, le Chargé de développement commercial axe ses activités sur la création de valeur dans le cadre de la relation client et de l'expérience client. Dans un environnement en constante évolution, un monde de consommation transformée, il accompagne l'entreprise à s'adapter aux attentes des clients, aux exigences environnementales et aux sensibilités sociétales qui comptent parmi les leviers principaux d'achat comme la disponibilité du produit et le prix.

Ce professionnel effectue une veille prospective métier et s'assure que l'entreprise tire parti des nouvelles technologies et des outils de gestion modernes pour maximiser leur rentabilité. Ainsi, Il contribue de manière significative à l'optimisation des processus commerciaux. Il travaille à la rationalisation des actions commerciales, par exemple en intégrant des solutions d'automatisation dans les processus internes, permettant ainsi aux équipes commerciales de se concentrer sur des activités à forte valeur ajoutée comme la prospection active et la négociation.

ACTIVITÉS VISÉES

Diagnostic externe et interne à finalité de développement commercial
Détermination du potentiel de développement commercial d'une organisation
Contribution à l'amélioration de l'offre commerciale
Elaboration du plan d'action(s) commerciale(s) du périmètre en responsabilité
Déploiement d'un plan d'action(s) commerciale(s)
Développement du portefeuille d'affaires / périmètre de ventes et fidélisation de la clientèle
Suivi du plan de performance des activités commerciales
Optimisation digitale des processus commerciaux
Conduite du changement à finalité commerciale
Mise en place d'une veille prospective métier
Cadrage du projet commercial d'un service
Coordination d'une équipe autour d'un projet à finalité commerciale
Animation d'une équipe commerciale

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Identifier des opportunités et des menaces de l'environnement externe
Analyser la stratégie marketing globale et la réputation de l'entreprise
Synthétiser les résultats des diagnostics menés
Concevoir des scénarii de croissance basés sur l'évaluation des ressources internes et des opportunités externes
Evaluer les données disponibles dans l'entreprise et les circuits d'intégration
Analyser le positionnement commercial en matière de stratégie marketing digitale et d'e-réputation de l'entreprise
Identifier les aménagements possibles d'offres de produits et services envisageables
Définir les moyens marketing opérationnels disponibles ou à développer au sein de l'organisation
Définir un plan d'action(s) commerciale(s) omnicanal
Fixer des objectifs commerciaux globaux et intermédiaires
Construire, le plan d'actions marketing et communication inhérent au développement commercial
Structurer le déploiement du plan d'action(s) commerciale(s)
Concevoir et exploiter un tableau de bord de suivi de l'activité commerciale
Contribuer à la conception du des parcours clients
Mettre en œuvre un plan de développement et d'animation de son portefeuille d'affaires
Mettre en œuvre des actions de fidélisation clients
Animer un écosystème de partenaires dans un environnement BtoB
Conduire des négociations commerciales complexes
Analyser les résultats commerciaux obtenus
Mettre en place une gestion proactive des imprévus
Rédiger le reporting des activités commerciales
Automatiser les tâches répétitives dans le suivi des prospects et clients

- Réaliser des analyses prédictives
- Optimiser le suivi client (BtoC, BtoB, BtoA)
- Anticiper les évolutions des comportements des consommateurs, des tendances du marché et des technologies émergentes
- Déployer une approche agile dans la conduite du changement à finalité commerciale
- Accompagner les acteurs concernés dans la transformation numérique des processus commerciaux
- Assurer une veille prospective sur les tendances et innovations liées aux processus commerciaux
- Préconiser de nouvelles pratiques commerciales
- Définir les objectifs globaux collectifs et individuels d'un service commercial
- Elaborer le cahier des charges du projet commercial d'un service
- Représenter son équipe auprès de la direction
- Participer au process de recrutement du personnel
- Organiser la répartition des tâches au sein d'une équipe projet
- Accompagner la montée ou le maintien en compétences de l'équipe commerciale
- Ritualiser des moments d'échanges avec l'équipe commerciale
- Mettre en place des challenges commerciaux à l'attention de l'équipe concernée
- Suivre la performance de l'équipe commerciale
- Accompagner les membres de son équipe en cas de conflit interne ou externe

Blocs de compétences

RNCP41663BC01 — Participer à la stratégie d'offres commerciales

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier des opportunités et des menaces de l'environnement externe, en mobilisant des outils d'analyse stratégique ou les études de marché concernant l'offre et la demande, en consultant les résultats d'enquête émanant de la fonction Marketing, afin de mieux appréhender les besoins et tendances du marché en temps réel et d'apprécier le potentiel d'attractivité d'un marché cible.

Analyser la stratégie marketing globale et la réputation de l'entreprise, selon les principes du « Licence to operate » afin de s'assurer de l'adéquation entre la proposition de valeur de l'entreprise et les attentes des parties prenantes, particulièrement en matière de positionnement RSE et d'accessibilité universelle et définir ainsi les objectifs de développement.

Synthétiser les résultats des diagnostics menés, selon les codes de communication internes à l'entreprise en priorisant les initiatives à fort impact sur la croissance et la compétitivité de l'entreprise afin d'établir les facteurs clés de succès et concevoir un plan d'action(s) commerciale(s) aligné avec les objectifs stratégiques.

Concevoir, au moyen d'une analyse des segments cibles et construction de « personae clients » de son portefeuille d'activités, des scénarii de croissance basés sur l'évaluation des ressources internes et des opportunités externes, dans le but d'identifier des pistes de développement permettant de renforcer la part de marché de l'organisation.

Evaluer les données disponibles dans l'entreprise et les circuits d'intégration en identifiant les sources de génération de « lead » au sein de l'organisation afin d'anticiper les besoins éventuels pour sa stratégie commerciale et trouver des axes de collectes complémentaires, dans le respect des limites des réglementations en vigueur.

Analyser le positionnement commercial en matière de stratégie marketing digitale et d'e-réputation de l'entreprise, en explorant les pratiques des acteurs du marché en vue de proposer des axes d'amélioration ou d'innovation de la visibilité de l'offre dans une démarche éthique et éco-responsable.

En collaboration avec les services de production, marketing et juridique, identifier les aménagements possibles d'offres de produits et services envisageables dans l'univers concurrentiel de l'entreprise pour répondre aux attentes des clients cibles.

A partir des analyses préalables des segments de marché et des comportements clients, définir les moyens marketing opérationnels disponibles ou à développer au sein de l'organisation, en prenant en compte les principes d'accessibilité numérique universelle afin d'optimiser la performance des actions commerciales et garantir une expérience inclusive et adaptée à tous les utilisateurs.

Définir un plan d'action(s) commerciale(s) omnicanal, en sélectionnant les initiatives à déployer en fonction des personae et des segments cibles afin d'organiser une démarche structurée de son périmètre en responsabilité.

Fixer des objectifs commerciaux globaux et intermédiaires, en utilisant des outils de gestion de la relation client et de la performance, pour garantir leur suivi et leur ajustement continu.

Construire, en collaborant avec le chef marketing / directeur commercial en interne (ou un prestataire externe), le plan d'actions marketing et communication inhérent au développement commercial, en identifiant le flux de « lead » nécessaire à la prospection digitale et à la promotion des ventes, dans le respect de la réglementation en vigueur afin de favoriser la croissance commerciale de l'organisation et garantir des actions ciblées et une exécution coordonnée.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas - Elaboration d'un plan de développement commercial omnicanal - Production d'un dossier écrit et entretien avec le jury

RNCP41663BC02 — Piloter un portefeuille clients

LISTE DE COMPÉTENCES

Structurer le déploiement du plan d'action(s) commerciale(s), en mobilisant les moyens, outils et réseaux d'influence BtoB nécessaires à son exécution, dans le but de renforcer/consolider le positionnement de la marque et d'accroître la performance commerciale sur son périmètre d'activité

Concevoir et exploiter un tableau de bord de suivi de l'activité commerciale à l'aide d'indicateurs et ratios inhérents aux activités de l'organisation et aux relations clients grands comptes en confrontant régulièrement le modèle initial à la réalité du terrain afin de mesurer l'efficacité des actions menées et de piloter l'atteinte des objectifs intermédiaires et globaux.

Contribuer à la conception du des parcours clients (y compris grands comptes) en intégrant les interactions physiques et digitales, les critères de décision et les spécificités des cycles de vente longs et des appels d'offres, tout en exploitant les données issues des outils de gestion de la relation client, afin de modéliser la stratégie d'expérience client à l'attention de la force de vente et proposer des offres adaptées aux besoins spécifiques de chaque client.

Dans le respect des cadres réglementaires et des principes de développement durable, mettre en œuvre un plan de développement et d'animation de son portefeuille d'affaires (y compris BtoB), en analysant et segmentant la clientèle, en mobilisant des techniques de prospection traditionnelles et digitales, afin d'identifier et de générer des opportunités d'affaires, d'optimiser la gestion des leads et de maximiser le potentiel commercial sur le périmètre en responsabilité.

Mettre en œuvre des actions de fidélisation clients, en s'appuyant sur des outils et des approches visant à améliorer l'expérience client et à personnaliser la relation commerciale, en intégrant des pratiques inclusives permettant l'accessibilité et la satisfaction, y compris des personnes en situation de handicap pour renforcer leur fidélité et leur engagement sur le long terme et rentabiliser les actions de prospection et de recherche client.

Animer un écosystème de partenaires dans un environnement BtoB, en structurant une organisation collaborative efficace, en favorisant le réseautage d'affaires et les synergies professionnelles, dans le but d'accroître la performance commerciale, d'élargir l'offre de services et de soutenir le développement durable de l'activité.

Conduire des négociations commerciales complexes (y compris dans des contextes BtoB variés), en mobilisant les techniques commerciales adaptées aux enjeux, en intégrant les spécificités contractuelles, réglementaires et stratégiques de l'entreprise, afin de conclure des accords-cadres ou des ventes durables optimisant la valeur pour les deux parties.

Analyser, au moyen des outils statistiques, les résultats commerciaux obtenus (y compris le portefeuille BtoB et les grands comptes), en confrontant les données chiffrées aux objectifs fixés et en étudiant les retours des clients stratégiques pour s'assurer de l'efficacité des actions commerciales menées et, le cas échéant, ajuster, optimiser les méthodes et adapter les arguments commerciaux aux spécificités des clients grands comptes.

En étroite collaboration avec le service marketing, mettre en place une gestion proactive des imprévus, en procédant aux ajustements nécessaires des moyens et des actions afin d'assurer l'atterrissage efficace du plan d'action(s) commerciale(s).

Rédiger le reporting des activités commerciales, en utilisant des tableaux de bord, des outils de gestion et d'analyse afin d'évaluer l'avancée des actions commerciales et d'orienter les prises de décision stratégiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas - Pilotage et le développement d'affaires commerciales - Production d'un dossier écrit et entretien avec le jury

RNCP41663BC03 — Contribuer à l'amélioration de la performance commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Automatiser les tâches répétitives dans le suivi des prospects et clients, en utilisant des outils associés accessibles aux personnes en situation de handicap et en permettant une gestion centralisée des informations commerciales afin

d'améliorer la réactivité et la performance commerciale, et optimiser les interactions client et les processus internes. Réaliser des analyses prédictives en exploitant des outils avancés d'intelligence artificielle (IA), des plateformes CRM intégrées et des techniques d'analyse de données massives (Big Data), et en appliquant des méthodes de ciblage intelligent afin d'identifier les segments de marché et les prospects à fort potentiel et optimiser les stratégies du développement commercial.

Optimiser le suivi client (BtoC, BtoB, BtoA) en exploitant des solutions d'automatisation marketing et commerciale (marketing automation et sales automation) afin de maximiser la satisfaction clients, d'accroître la notoriété de marque et favoriser le bouche-à-oreille.

Anticiper les évolutions des comportements des consommateurs, des tendances du marché et des technologies émergentes, en s'appuyant sur les innovations en intelligence artificielle (IA) et en analyse de données massives (Big Data) afin de faciliter la transformation de l'organisation en matière de la stratégie et positionnement commercial.

Déployer une approche agile dans la conduite du changement à finalité commerciale en s'appuyant sur des techniques d'intelligence collective, afin de faciliter la mise en œuvre de projets innovants et d'atténuer les résistances au changement au sein de l'équipe commerciale.

Accompagner les acteurs concernés dans la transformation numérique des processus commerciaux en intégrant de nouvelles technologies (IA, automatisation, cloud) dans les processus de vente et de gestion client, en mettant en place des outils d'aide à la formation, afin de garantir une meilleure réactivité, une collaboration optimisée entre équipes et une amélioration continue des performances commerciales.

Assurer une veille prospective sur les tendances et innovations liées aux processus commerciaux, en repérant et évaluant les technologies commerciales émergentes et les évolutions législatives et réglementaires, afin de repérer des opportunités d'innovation qui pourraient améliorer les processus commerciaux, renforcer l'efficacité des stratégies commerciales et apporter une valeur ajoutée aux projets commerciaux existants.

À partir d'informations collectées lors d'une veille prospective, préconiser de nouvelles pratiques commerciales, en structurant une note de synthèse, dans le but de répondre aux évolutions du marché et des tendances et d'initier de nouvelles réflexions et orientations.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas - Optimisation digitale des processus commerciaux et la conduite du changement à finalité commerciale
- Production d'un dossier écrit et entretien avec le jury

RNCP41663BC04 — Manager les projets et équipes d'un service commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

En relation avec la direction, définir les objectifs globaux collectifs et individuels d'un service commercial, en s'appuyant sur l'analyse des orientations stratégiques de l'organisation, des indicateurs de performance et de la temporalité des activités pour assurer la déclinaison opérationnelle de la stratégie commerciale.

Elaborer le cahier des charges du projet commercial d'un service en définissant les priorités, le pilotage, la budgétisation et la programmation des actions commerciales, tout en impliquant les parties prenantes concernées afin d'assurer son déploiement efficace et l'atteinte des objectifs fixés.

Représenter son équipe auprès de la direction en assurant la transmission des informations ascendantes et descendantes de manière structurée et argumentée, afin de défendre ses projets et obtenir les moyens nécessaires au développement continu du service.

En étroite collaboration avec le service RH ou la direction, participer au process de recrutement du personnel, en sélectionnant les bonnes compétences commerciales à mobiliser et en appréhendant la diversité des profils composant l'équipe commerciale, pour assurer le bon déploiement d'un projet à finalité commerciale.

Organiser, en mode projet, la répartition des tâches au sein d'une équipe projet, en mobilisant des outils collaboratifs agiles, tout en tenant compte des profils individuels et des synergies collectives pour renforcer la collaboration et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle visés dans une logique de coopération intégrative.

Accompagner la montée ou le maintien en compétences de l'équipe commerciale (la force de vente, les fonctions support) en animant des formations internes avec des outils et supports adaptés à tous les profils de collaborateurs, y compris en situation de handicap, en matérialisant et modélisant le story-telling et le parcours client afin de pérenniser l'efficacité commerciale et contribuer à la professionnalisation de chacun des membres de l'équipe.

Ritualiser des moments d'échanges avec l'équipe commerciale en adaptant la temporalité, la durée, la forme et les moyens des rencontres tout en veillant aux besoins des collaborateurs (y compris en situation de handicap) le but de transmettre des informations claires alignés avec les objectifs fixés et créer un climat favorable aux partages, à l'innovation et à la créativité.

Mettre en place des challenges commerciaux à l'attention de l'équipe concernée, en définissant les objectifs clairs et

rendant le processus attractif, tout en intégrant des pratiques éthiques et responsables en vue de dynamiser l'équipe, favoriser la collaboration et l'émulation et accroître la performance commerciale.

Suivre, au moyen des indicateurs quantitatifs et qualitatifs, la performance de l'équipe commerciale, en analysant les causes sous-jacentes, pour proposer des actions correctives, préventives ou de développement permettant d'optimiser l'efficacité commerciale globale.

Accompagner les membres de son équipe en cas de conflit interne ou externe en mettant en œuvre les techniques de régulation et de gestion des conflits, en prenant compte les spécificités du public afin de garantir une qualité de vie au travail pour chacun des membres et maintenir un climat social favorable à la performance collective.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas - Note de cadrage d'un projet à finalité commerciale intégrant le management d'équipe commerciale - Production d'un dossier écrit et entretien avec le jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier visant au développement du chiffre d'affaires d'une organisation par le biais d'actions commerciales, le Chargé de développement commercial peut exercer dans tous les secteurs marchands et dans tous les types d'activités, et notamment :

- Technologie et numérique : où l'innovation rapide nécessite une prospection constante
- Industrie et BTP : pour identifier de nouveaux débouchés et partenariats
- Services aux entreprises : tels que le conseil, la finance ou les ressources humaines, où le développement de relations solides est indispensable

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Attaché commercial,
Commercial sédentaire,
Conseiller commercial,
Conseiller commercial formation / Chargé de relation candidat & entreprise,
Chargé de clientèle / relation clients,
Chargé de développement commercial,
Chargé d'affaires
Chargé de missions commerciales / développement commercial
Délégué commercial
Technico-commercial
Inspecteur des ventes / Inspecteur commercial
Business developer
Commercial BtoB
Sales and marketing officer
Sales business developer
Account manager.

En fonction de l'option et de la spécialité, le Chargé de développement commercial peut accéder à moyen/long terme aux emplois suivants :

Responsable des ventes comptes-clés / grands comptes
Responsable du développement et du pilotage commercial / BtoB
Responsable secteur des ventes
Responsable portefeuille client / BtoB
Key account manager
Manager commercial

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'accès au métier de Chargé de développement commercial ne fait pas l'objet d'une réglementation spécifique imposant une qualification obligatoire ou une certification réglementée.

Cependant, ce domaine est influencé par des réglementations sectorielles et des cadres législatifs ayant un impact sur l'exercice de l'activité, notamment en matière de protection des consommateurs, de pratiques commerciales équitables et d'éthique professionnelle. De plus, les spécificités sectorielles peuvent imposer des conformités

particulières, notamment dans les domaines de la finance, de la santé, ou de l'industrie.

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)	2 931 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)	42 589
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	3 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le candidat doit être titulaire d'un baccalauréat (toutes filières) ou d'un niveau 4 dans les domaines du commercial / marketing / communication.

Le candidat ayant justifié d'un diplôme de niveau de qualification 5 enregistrée dans le Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) dans les domaines commerce et ventes peut s'inscrire directement à la préparation en 3ème année. En cas de diplôme d'origine autre, une demande d'étude dérogatoire peut être formulée auprès du certificateur.

Le candidat non titulaire d'un diplôme ou titre susmentionné, mais justifiant de plus de 3 années d'expériences dans le domaine commercial, ventes peut être admis à intégrer la formation. Dans ce cas, une demande est faite au certificateur qui est le seul à valider l'inscription. Aussi, il est demandé aux candidats à la certification par la voie de la formation un projet professionnel validé par le centre de formation (dossier de candidature et entretien de positionnement).

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

- Avoir réalisé un stage de minimum 40 jours en tant que chargé de développement commercial.
- Avoir validé les 4 blocs de compétences de manière autonome à hauteur de 75% minimum des critères des compétences associées.
- Avoir validé l'épreuve de négociation à hauteur de 100% des critères du référentiel d'évaluation.

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

Le jury de délivrance est composé de 3 membres du jury n'ayant pas de lien personnel ou professionnel avec le candidat évalué dont :

- un représentant du certificateur ou un intervenant dans le domaine du développement commercial, n'ayant pas formé le candidat,
- Deux professionnels externes au certificateur justifiant au moins 3 ans d'expérience en responsabilité dans le domaine du développement commercial.

Le Président du jury est externe

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de délivrance est composé de 3 membres du jury n'ayant pas de lien personnel ou professionnel avec le candidat évalué dont :

- un représentant du certificateur ou un intervenant dans le domaine du développement commercial, n'ayant pas formé le candidat,
- Deux professionnels externes au certificateur justifiant au moins 3 ans d'expérience en responsabilité dans le domaine du développement commercial.

Le Président du jury est externe

Le Président du jury est externe. L'équilibre femme / homme est respecté

Base légale

Date de décision	27/11/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/11/2028
Date de dernière délivrance possible	27/11/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	817	0	88 %	80 %
2022	665	0	97 %	55 %
2021	303	1	94 %	82 %
2020	200	2	78 %	77 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34524

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34524, RNCP37633, RNCP38604, RNCP38830, RNCP40172, RNCP41114

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41663/>