

Chargé d'affaires commerciales et de développement à l'international

RNCP42631 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34582, 34271, 34085, 34581
Code(s) ROME	M1707, D1406, D1402, D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	17/07/2026
Date d'échéance	17/07/2031

Certificateur(s)

CTI · SIRET : 75072159900017

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EM NORMANDIE COMPETENCES	90170349600017	Former et organiser l'évaluation
GIP FIPAN	18061919900011	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Chargé d'affaires commerciales et de développement à l'international est un professionnel du développement commercial qui contribue directement à la croissance de l'entreprise par la conquête de nouveaux clients, le développement d'un portefeuille d'affaires et la fidélisation de la relation commerciale. Il évolue au plus près de son marché, de ses clients et de ses objectifs de performance. À ce titre, il identifie les opportunités d'affaires, analyse les besoins de ses interlocuteurs, construit des propositions adaptées, conduit les négociations et assure le suivi des engagements pris. En lien avec la stratégie commerciale de l'organisation, il déploie sur son secteur, son portefeuille ou sa zone d'activité des actions ciblées visant à soutenir durablement le chiffre d'affaires et la présence de l'entreprise sur ses marchés, en France comme à l'international.

Dans un environnement économique fortement concurrentiel, marqué par la transformation numérique des entreprises, l'évolution des comportements d'achat et la multiplication des canaux de vente, ce professionnel doit faire preuve d'agilité, de réactivité et d'une forte capacité d'adaptation. Il s'appuie sur les outils digitaux, les solutions de gestion commerciale et les canaux de prospection adaptés pour piloter son activité, optimiser la relation client et renforcer l'efficacité de ses actions. En position d'interface entre le client et l'entreprise, il contribue également à la coordination des différents acteurs mobilisés dans la conduite des affaires. La certification répond ainsi aux besoins des entreprises recherchant des professionnels capables de développer des marchés, de sécuriser les relations commerciales et d'accompagner le déploiement de l'activité dans des contextes commerciaux de plus en plus digitalisés, ouverts à l'international et attentifs aux enjeux de transformation responsable, qu'il s'agisse de l'évolution des attentes sociétales, de la prise en compte des transitions environnementales ou de la qualité des relations de travail.

ACTIVITÉS VISÉES

Organisation du système d'intelligence économique du périmètre commercial défini

Conduite du diagnostic stratégique et positionnement de l'offre sur le périmètre en responsabilité

Mise en œuvre des plans d'actions marketing intégrant les dimensions digitales commerciales (en France et à l'international)

Prospection et développement de la stratégie commerciale (en France et à l'international)

Élaboration et actualisation des propositions commerciales et des offres contractuelles

Déploiement d'une stratégie client & marketing relationnelle

Négociation et conclusion des accords commerciaux durables (en France et à l'international)

Analyser les données commerciales

Optimisation de la performance commerciale France et/ou internationale

Valorisation de la performance commerciale

Accompagnement des collaborateurs commerciaux

Coordination des activités commerciales et de la performance collective

Animation durable et responsable du périmètre commercial

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mettre en place un dispositif de veille structuré, (à partir de sources fiables et actualisées (bases de données, réseaux, salons, outils digitaux) afin de disposer d'informations pertinentes permettant d'éclairer les décisions commerciales et marketing ou stratégique.

Analyser l'évolution de l'offre, de la demande et des innovations produits/services, en mobilisant les outils d'intelligence économique et artificielle, tout en intégrant les enjeux de la transformation numérique, des transitions environnementales et de l'accessibilité, afin d'anticiper les tendances du marché, détecter les opportunités (y compris en matière de technologie et de développement durable) et prévenir les menaces pour l'entreprise (formuler des propositions d'adaptation de l'offre).

Diffuser les résultats de veille commerciale auprès des équipes internes et partenaires externes, en synthétisant les informations, sous forme de tableaux de bord, notes ou supports digitaux, afin de garantir l'alignement des acteurs sur les tendances clés du marché.

Réaliser un diagnostic stratégique intégrant les facteurs technologiques, environnementaux et d'accessibilité afin d'identifier les opportunités et menaces en

analysant les risques liés à l'export et à l'international pour l'organisation et appuyer les orientations de développement.

Segmenter et cibler les prospects et clients à partir des données issues du CRM, des études de marché et des indicateurs de performance, en intégrant des critères socio- démographiques, comportementaux et d'achats responsables, afin d'identifier les segments à fort potentiel et de prioriser les actions commerciales durables.

Positionner/aligner l'offre de produits et services en cohérence avec les besoins identifiés, les valeurs de la marque et les principes d'éco-conception et d'accessibilité, afin de renforcer la différenciation et la compétitivité de l'entreprise sur les marchés français et/ou internationaux.

Définir, en collaboration avec la direction commerciale, les objectifs commerciaux, (CA, marge, taux de conversion, ROI, ROTI, etc.) et proposer un plan d'action opérationnel sur le périmètre défini, afin d'assurer la cohérence entre les orientations stratégiques et les actions terrain à venir.

Co-construire, en collaboration avec le service marketing, un plan d'action commercial aligné sur les objectifs stratégiques de l'entreprise, en identifiant les

leviers de performance, les ressources nécessaires et les indicateurs de suivi afin d'optimiser l'atteinte des résultats.

Participer à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie marketing digitale et inclusive, (réseaux sociaux, SEO, influence, data marketing, accessibilité numérique) afin d'accroître la visibilité et la notoriété de l'organisation (marque) en France et à l'international.

Structurer le plan de prospection commerciale omnicanal, en construisant les outils d'aide à l'activité, en sélectionnant les canaux de prospection adaptés afin d'optimiser les actions de prospection et accroître le développement du portefeuille clients.

Développer les opportunités commerciales par le biais de réponses aux appels d'offres (public ou privé), après avoir identifié les besoins exprimés pertinents grâce à des outils de veille numérique, afin d'élargir les marchés et d'accroître le chiffre d'affaires de l'organisation.

Suivre les actions commerciales de prospection et d'appel d'offre, à l'aide des outils CRM et des tableaux de bord, en identifiant les écarts avec les objectifs de conversion, afin d'optimiser la performance des campagnes et mettre en

œuvrer les actions correctives nécessaires à l'atteinte des objectifs.

Co-construire des propositions commerciales personnalisées, en intégrant les contraintes techniques, budgétaires, environnementales et d'accessibilité, et en

adaptant les conditions commerciales (prix, délais, logistique) en concertation avec les services concernés et selon les spécificités des marchés cibles (zone géographique et cadre réglementaire), afin d'assurer la satisfaction client, la conformité réglementaire contractuelle de l'offre.

Coordonner la réponse aux appels d'offres (publics et privés), en mobilisant les services concernés conformément au cahier des charges du client/acheteur et en intégrant les critères RSE et d'accessibilité requis, afin d'optimiser les chances de succès et la rentabilité des projets.

Optimiser les parcours d'expérience client en intégrant une démarche UX (tests utilisateurs, prototypage, A/B testing) et des solutions d'IA éthiques (analyse

comportementale, chatbots, systèmes de recommandation) afin de renforcer la performance du parcours tout au long du cycle de vie du client dans un contexte éventuellement international.

Personnaliser des actions de marketing relationnel, en exploitant la data, le CRM (segmentation, scoring, workflows automatisés) et les solutions d'IA responsables tout en intégrant les principes d'inclusivité et les exigences RSE dans un environnement multiculturel, afin de consolider l'engagement, la conversion et la valeur client et de contribuer au développement durable du portefeuille.

Conduire les négociations commerciales en présentiel ou à distance, à l'aide d'outils collaboratifs, en adaptant l'argumentaire aux profils, aux contextes

culturels et aux situations de handicap, afin de conclure des accords équilibrés, éthiques et durables.

Rédiger et ajuster, en collaboration avec les services concernés (supply-chain, logistique et juridique), les clauses contractuelles, dans le respect des normes

réglementaires françaises et/ou internationales, éthiques et environnementales, afin de sécuriser les engagements commerciaux des deux parties.

Consolider la relation avec les partenariats commerciaux, en s'appuyant sur des outils numériques de suivi collaboratif et en analysant la satisfaction client, afin de fidéliser les clients stratégiques et d'ouvrir de nouveaux relais de croissance dans une logique de coopération responsable.

Assurer les processus de fiabilité et de cohérence des données commerciales, issues des outils CRM, ERP et de Business Intelligence, en contrôlant la qualité, la mise à jour et la conformité des informations, et en exploitant les fonctionnalités d'automatisation et d'IA intégrées, afin d'assurer un pilotage fluide, fiable et partagé des performances.

Interpréter les indicateurs clés de performance commerciale (CA, marge, taux de transformation, ROI, satisfaction client) à l'aide des outils de Business Intelligence en tenant compte des spécificités du marché, afin de contribuer au pilotage global de la performance et à la prise de décision managériale.

Analyser les résultats commerciaux consolidés par zone, marché ou canal, en identifiant les écarts avec les prévisions, à l'aide des outils de suivis (tableau de bord, IA, modèles d'analyse prédictive, etc..) afin de formuler des actions correctives adaptés au périmètre en responsabilité.

Identifier les leviers d'amélioration continue et les opportunités de développement en France et/ou à l'international, à partir de l'analyse des données

commerciales, dans une logique d'efficacité économique et de performance commerciale.

Élaborer les rapports de performance commerciale, en veillant à l'accessibilité des formats visuellement adaptés (datavisualisation, outils collaboratifs), afin de faciliter la compréhension et la prise de décision par l'ensemble des parties prenantes.

Présenter les résultats commerciaux auprès de la direction, des partenaires et/ou des filiales à l'international, en s'assurant de la conformité du cadre RGPD et en collaboration avec les services marketing, finance et RSE, afin de renforcer la culture de performance globale et responsable de l'organisation.

Participer au processus de recrutement des collaborateurs commerciaux, en lien avec la direction générale ou des ressources humaines, et en prenant en compte la diversité culturelle et linguistique des candidats pour des équipes locales ou internationales afin d'identifier les profils correspondant aux besoins (local ou internationale et aux valeurs de l'entreprise).

Avec la collaboration du service RH ou de la direction, organiser l'intégration des nouveaux collaborateurs, à l'aide de parcours hybrides, structurés en mode projet, en veillant à l'accessibilité et à l'inclusion des dispositifs, afin de faciliter leur adaptation et renforcer la cohésion d'équipe.

Coordonner avec le service RH ou la direction générale les actions de formation ou d'accompagnement adaptées, en mobilisant les méthodes du mode projet en identifiant les besoins en développement des compétences des collaborateurs selon les spécificités des marchés sur lesquels ils interviennent afin de renforcer leur efficacité

opérationnelle et leur autonomie sur leur périmètre (France et/ou international).

Définir, en collaboration avec le top management, les objectifs commerciaux individuels et collectifs, en prenant en considération les spécificités des

collaborateurs ayant une RQTH, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, en adaptant les indicateurs aux spécificités des marchés visés (local ou international), afin de mobiliser les collaborateurs autour de priorités communes.

Planifier les activités commerciales selon les priorités, objectifs et ressources disponibles, en structurant l'organisation du travail selon une logique de mode projet et en y intégrant les contraintes logistiques, budgétaires et environnementales propres aux différents marchés, ainsi que les besoins spécifiques des collaborateurs en situation de handicap, afin d'optimiser la performance collective.

Suivre et analyser les résultats individuels et/ou collectifs par zone géographique, à l'aide d'outils numériques de pilotage (CRM, reporting, KPI) afin d'identifier les écarts et définir le plan d'action stratégique.

Coordonner les réunions commerciales et les temps d'échange, en mobilisant les outils collaboratifs (visioconférence, CRM, intranet) et en favorisant

l'inclusion de tous les collaborateurs, afin de renforcer la communication, la motivation et la coopération au sein de l'équipe.

Accompagner collaborateurs dans les situations de changement organisationnel, en adaptant sa communication et ses méthodes d'animation selon les profils et les contextes de marché, afin de favoriser l'adhésion collective et la réussite des transitions commerciales ou organisationnelles.

Gérer les conflits interne et/ou externe, en tenant compte des différences culturelles et organisationnelles entre filiales ou partenaires internationaux, afin de maintenir un climat de travail serein et productif.

Blocs de compétences

RNCP42631BC01 — Définir les plans d'actions commerciales selon une stratégie commerciale définie (sur la France et à l'international)

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un dispositif de veille structuré (à partir de sources fiables et actualisées (bases de données, réseaux, salons, outils digitaux) afin de disposer d'informations pertinentes permettant d'éclairer les décisions commerciales et marketing ou stratégique.

Analyser l'évolution de l'offre, de la demande et des innovations produits/services, en mobilisant les outils d'intelligence économique et artificielle, tout en intégrant les enjeux de la transformation numérique, des transitions environnementales et de l'accessibilité, afin d'anticiper les tendances du marché, détecter les opportunités (y compris en matière de technologie et de développement durable) et prévenir les menaces pour l'entreprise (formuler des propositions d'adaptation de l'offre).

Diffuser les résultats de veille commerciale auprès des équipes internes et partenaires externes, en synthétisant les informations, sous forme de tableaux de bord, notes ou supports digitaux, afin de garantir l'alignement des acteurs sur les tendances clés du marché.

Réaliser un diagnostic stratégique intégrant les facteurs technologiques, environnementaux et d'accessibilité afin d'identifier les opportunités et menaces en analysant les risques liés à l'export et à l'international pour l'organisation et appuyer les orientations de développement.

Segmenter et cibler les prospects et clients à partir des données issues du CRM, des études de marché et des indicateurs de performance, en intégrant des critères socio-démographiques, comportementaux et d'achats responsables, afin d'identifier les segments à fort potentiel et de prioriser les actions commerciales durables.

Positionner/aligner l'offre de produits et services en cohérence avec les besoins identifiés, les valeurs de la marque et les principes d'éco-conception et d'accessibilité, afin de renforcer la différenciation et la compétitivité de l'entreprise sur les marchés français et/ou internationaux.

Définir, en collaboration avec la direction commerciale, les objectifs commerciaux (CA, marge, taux de conversion, ROI, ROTI, etc.) et proposer un plan d'action opérationnel sur le périmètre défini, afin d'assurer la cohérence entre les orientations stratégiques et les actions terrain à venir.

Co-construire, en collaboration avec le service marketing, un plan d'action commercial aligné sur les objectifs stratégiques de l'entreprise, en identifiant les leviers de performance, les ressources nécessaires et les indicateurs de suivi afin d'optimiser l'atteinte des résultats.

Participer à la définition et à la mise en œuvre d'une stratégie marketing digitale et inclusive (réseaux sociaux, SEO,

influence, data marketing, accessibilité numérique) afin d'accroître la visibilité et la notoriété de l'organisation (marque) en France et à l'international.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur la définition des plans d'actions commerciales - France et à l'international.

Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

RNCP42631BC02 — Développer le portefeuille client

LISTE DE COMPÉTENCES

Structurer le plan de prospection commerciale omnicanal en construisant les outils d'aide à l'activité, en sélectionnant les canaux de prospection adaptés afin d'optimiser les actions de prospection et accroître le développement du portefeuille clients.

Développer les opportunités commerciales par le biais de réponses aux appels d'offres (public ou privé), après avoir identifié les besoins exprimés pertinents grâce à des outils de veille numérique, afin d'élargir les marchés et d'accroître le chiffre d'affaires de l'organisation.

Suivre les actions commerciales de prospection et d'appel d'offre à l'aide des outils CRM et des tableaux de bord, en identifiant les écarts avec les objectifs de conversion, afin d'optimiser la performance des campagnes et mettre en œuvre les actions correctives nécessaires à l'atteinte des objectifs.

Co-construire des propositions commerciales personnalisées en intégrant les contraintes techniques, budgétaires, environnementales et d'accessibilité, et en adaptant les conditions commerciales (prix, délais, logistique) en concertation avec les services concernés et selon les spécificités des marchés cibles (zone géographique et cadre réglementaire), afin d'assurer la satisfaction client, la conformité réglementaire contractuelle de l'offre.

Coordonner la réponse aux appels d'offres (publics et privés) en mobilisant les services concernés conformément au cahier des charges du client/acheteur et en intégrant les critères RSE et d'accessibilité requis, afin d'optimiser les chances de succès et la rentabilité des projets.

Optimiser les parcours d'expérience client en intégrant une démarche UX (tests utilisateurs, prototypage, A/B testing) et des solutions d'IA éthiques (analyse comportementale, chatbots, systèmes de recommandation) afin de renforcer la performance du parcours tout au long du cycle de vie du client dans un contexte éventuellement international.

Personnaliser des actions de marketing relationnel en exploitant la data, le CRM (segmentation, scoring, workflows automatisés) et les solutions d'IA responsables tout en intégrant les principes d'inclusivité et les exigences RSE dans un environnement multiculturel, afin de consolider l'engagement, la conversion et la valeur client et de contribuer au développement durable du portefeuille.

Conduire les négociations commerciales en présentiel ou à distance à l'aide d'outils collaboratifs, en adaptant l'argumentaire aux profils, aux contextes culturels et aux situations de handicap, afin de conclure des accords équilibrés, éthiques et durables.

Rédiger et ajuster, en collaboration avec les services concernés (supply-chain, logistique et juridique), les clauses contractuelles dans le respect des normes réglementaires françaises et/ou internationales, éthiques et environnementales, afin de sécuriser les engagements commerciaux des deux parties.

Consolider la relation avec les partenariats commerciaux en s'appuyant sur des outils numériques de suivi collaboratif et en analysant la satisfaction client, afin de fidéliser les clients stratégiques et d'ouvrir de nouveaux relais de croissance dans une logique de coopération responsable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur le développement du portefeuille client - France et à l'international.

Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

RNCP42631BC03 — Piloter le suivi de la performance commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer les processus de fiabilité et de cohérence des données commerciales issues des outils CRM, ERP et de Business Intelligence, en contrôlant la qualité, la mise à jour et la conformité des informations, et en exploitant les fonctionnalités d'automatisation et d'IA intégrées, afin d'assurer un pilotage fluide, fiable et partagé des performances.

Interpréter les indicateurs clés de performance commerciale (CA, marge, taux de transformation, ROI, satisfaction client) à l'aide des outils de Business Intelligence en tenant compte des spécificités du marché, afin de contribuer au pilotage global de la performance et à la prise de décision managériale.

Analyser les résultats commerciaux consolidés par zone, marché ou canal, en identifiant les écarts avec les prévisions à l'aide des outils de suivis (tableau de bord, IA, modèles d'analyse prédictive, etc..) afin de formuler des

actions correctives adaptés au périmètre en responsabilité.

Identifier les leviers d'amélioration continue et les opportunités de développement en France et/ou à l'international à partir de l'analyse des données commerciales, dans une logique d'efficacité économique et de performance commerciale.

Élaborer les rapports de performance commerciale en veillant à l'accessibilité des formats visuellement adaptés (datavisualisation, outils collaboratifs), afin de faciliter la compréhension et la prise de décision par l'ensemble des parties prenantes.

Présenter les résultats commerciaux auprès de la direction, des partenaires et/ou des filiales à l'international, en s'assurant de la conformité du cadre RGPD et en collaboration avec les services marketing, finance et RSE, afin de renforcer la culture de performance globale et responsable de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur le pilotage de la performance commerciale - France et à l'international.

Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

RNCP42631BC04 — Manager le périmètre d'un service commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer au processus de recrutement des collaborateurs commerciaux, en lien avec la direction générale ou des ressources humaines, et en prenant en compte la diversité culturelle et linguistique des candidats pour des équipes locales ou internationales afin d'identifier les profils correspondant aux besoins (local ou international) et aux valeurs de l'entreprise.

Avec la collaboration du service RH ou de la direction, organiser l'intégration des nouveaux collaborateurs à l'aide de parcours hybrides, structurés en mode projet, en veillant à l'accessibilité et à l'inclusion des dispositifs, afin de faciliter leur adaptation et renforcer la cohésion d'équipe.

Coordonner avec le service RH ou la direction générale les actions de formation ou d'accompagnement adaptées, en mobilisant les méthodes du mode projet en identifiant les besoins en développement des compétences des collaborateurs selon les spécificités des marchés sur lesquels ils interviennent afin de renforcer leur efficacité opérationnelle et leur autonomie sur leur périmètre (France et/ou international).

Définir, en collaboration avec le top management, les objectifs commerciaux individuels et collectifs en prenant en considération les spécificités des collaborateurs ayant une RQTH, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, en adaptant les indicateurs aux spécificités des marchés visés (local ou international), afin de mobiliser les collaborateurs autour de priorités communes.

Planifier les activités commerciales selon les priorités, objectifs et ressources disponibles, en structurant l'organisation du travail selon une logique de mode projet et en y intégrant les contraintes logistiques, budgétaires et environnementales propres aux différents marchés, ainsi que les besoins spécifiques des collaborateurs en situation de handicap, afin d'optimiser la performance collective.

Suivre et analyser les résultats individuels et/ou collectifs par zone géographique, à l'aide d'outils numériques de pilotage (CRM, reporting, KPI), afin d'identifier les écarts et définir le plan d'action stratégique.

Coordonner les réunions commerciales et les temps d'échange, en mobilisant les outils collaboratifs (visioconférence, CRM, intranet) et en favorisant l'inclusion de tous les collaborateurs, afin de renforcer la communication, la motivation et la coopération au sein de l'équipe.

Accompagner les collaborateurs dans les situations de changement organisationnel, en adaptant sa communication et ses méthodes d'animation selon les profils et les contextes de marché, afin de favoriser l'adhésion collective et la réussite des transitions commerciales ou organisationnelles.

Gérer les conflits interne et/ou externe, en tenant compte des différences culturelles et organisationnelles entre filiales ou partenaires internationaux, afin de maintenir un climat de travail serein et productif.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique portant sur le management du périmètre d'un service commercial.

Mise en situation professionnelle – rendu de livrables et présentation orale devant jury.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire de la certification exerce principalement dans des organisations relevant de la fonction vente/marketing, en France et à l'international, sur des activités de conquête, de développement et de sécurisation d'un portefeuille

clients.

Les secteurs d'activités visés recouvrent en priorité les environnements BtoB dans lesquels la performance commerciale repose à la fois sur l'ouverture de comptes, la coordination d'interlocuteurs internes et la maîtrise des conditions de l'offre.

À ce titre, le métier s'exerce notamment dans l'industrie, les services aux entreprises et, plus largement, dans toute organisation engagée dans des cycles de vente structurés, des démarches de prospection et de négociation, ainsi que des activités nécessitant traçabilité commerciale, pilotage de la relation client et, selon les cas, développement à l'international. Les emplois visés peuvent être exercés au sein de TPE/PME, d'ETI ou de grandes entreprises, avec un degré de spécialisation variable selon la taille, l'organisation et l'exposition de l'entreprise aux marchés export.

- TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES**
- Chargé d'affaires commerciales et développement à l'international
 - Chargé de développement commercial (France et/ou International)
 - Business developer / Développeur commercial
 - Chargé d'affaires / Ingénieur d'affaires
 - Account manager / Responsable de comptes
 - Commercial export / Développement international
 - Key account manager
 - Responsable partenariats / Channel manager

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une intégration sur un cycle en 3 ans : le candidat doit être titulaire d'un baccalauréat (toute filière) ou d'une certification de niveau 4 dans les domaines commercial / marketing - communication. Le candidat ayant justifié d'une certification professionnelle de niveau 3 à un niveau de qualification 5 enregistrée dans le Répertoire national des certifications professionnelles dans les domaines commercial et/ou marketing-communication peut s'inscrire directement à la préparation au niveau 6. Le candidat non titulaire d'une certification ou titre susmentionné, mais justifiant de plus de 3 années d'expériences dans les domaines commercial / marketing - communication 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). En dehors de ces conditions et prérequis, le certificateur se réserve une analyse dérogatoire exceptionnel du dossier.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Le candidat devra satisfaire les éléments suivants attestés par l'organisme de formation habilité :

Avoir suivi au moins 80% de la formation de chaque bloc.

Avoir réalisé les évaluations certificatives organisées par l'organisme de formation.

Avoir remis les livrables écrits chaque fois que nécessaire à l'organisme de formation dans les délais impartis.

Pour un accès à la certification totale : Avoir réalisé un stage de minimum 40 jours en tant que Chargé d'affaires commerciales et de développement à l'international . Une appréciation du stage doit être réalisée par le tuteur du lieu de stage. Cette appréciation est mobilisable par le jury de certification.

Pour un accès à la certification par capitalisation de bloc de compétences : Avoir réalisé une immersion professionnelle de minimum 50% des heures de formation du bloc concerné en tant que Chargé d'affaires commerciales et de développement à l'international.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

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 France/International et le président du jury est externe.

COMPOSITION DU JURY — 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 France/International et 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 France/International et le président du jury est externe. L'équilibre femme / homme est respecté

Base légale

Date de décision	17/07/2026
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	17/07/2031
Date de dernière délivrance possible	17/07/2035

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	116	0	94 %	44 %
2022	25	0	100 %	75 %
2021	53	0	100 %	75 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35150

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35150, RNCP38505, RNCP38602, RNCP38830, RNCP41479, RNCP41663

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42631/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 à 07/2027

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