

Vous souhaitez devenir

Responsable du Développement Commercial

Structurez la croissance, pilotez la performance et fédérez les équipes commerciales.

Niveau 6 (BAC+3)

Code RNCP37849

Certification professionnelle « Responsable du Développement Commercial » enregistrée pour 3 ans au RNCP (N° Fiche RNCP37849) sur décision du directeur général de France Compétences en date du 19 juillet 2023, au niveau de qualification 6, avec le code NSF 312, sous l'intitulé Responsable du développement commercial, avec effet jusqu'au 19 juillet 2026, délivrée par IMCP, l'organisme certificateur. Cette certification est constituée de 3 blocs de compétences. Les blocs de compétences représentent une modalité d'accès modulaire et progressive à la certification, dans le cadre d'un parcours de formation ou d'un processus de VAE, ou d'une combinaison de ces modalités d'accès.

Lieux de formation

Poitiers · La Rochelle

Chiffres clés

Nouvelle formation non soumise à un taux de réussite

Formules

Alternance

12 mois · 550 heures de formation

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Rythme : 1 semaine CFA / 2 semaines entreprise

Frais de formation pris en charge par l'OPCO de l'entreprise conformément à la grille France Compétences

Reconversion

12 mois

Plusieurs dispositifs de financement possible · Devis sur demande

Admission

Étude du dossier, des bulletins et du parcours.
Entretien de motivation

Qualités requises

Capacités relationnelles
Capacités d'analyse
Capacités commerciales
Goût du challenge
Leadership

Prérequis

Être titulaire d'un diplôme de niveau 5 ou, à défaut, être titulaire d'un diplôme de niveau 4 et justifier de minimum de 2 années d'expérience professionnelle en lien avec la certification professionnelle
Sur demande de dérogation, il est possible d'intégrer des candidats pouvant justifier de 3 années d'expérience dans le secteur de la fonction commerciale.
Les dérogations sont soumises à l'organisme certificateur pour validation avant l'entrée en formation.

Objectifs de la formation

- Définir et décliner une stratégie marketing
- Piloter le développement commercial
- Mettre en place un plan d'actions commerciales
- Développer la croissance de l'entreprise
- Manager une équipe commerciale

Métiers visés

- Responsable commercial-e
- Business Developer
- Sales Manager
- Responsable de la promotion des ventes

En entreprise, PME ou grande entreprise, tout secteur.

Poursuite d'études

- Manager d'Affaires (Niv. 7)
- Manager de Projet Web et Digital (Niv. 7)

Accessibilité PSH

Pour les apprenants-es en situation de handicap, l'aménagement et l'accessibilité du parcours de formation seront étudiés de manière individuelle avec le référent handicap.



Blocs de compétences

Programme

Piloter le développement du plan d'actions commerciales

- Analyse marketing
- Etude de marché
- Diagnostic stratégique
- Typologie des clients

La recherche d'actions commerciales

- Savoir utiliser le design thinking afin de trouver des idées d'axes de développement
- Traduire les axes de développement en objectifs commerciaux SMART
- Gestion de projet : outils/ méthodes (Kanban, Scrum, Agile)
- Réaliser un choix raisonné entre les objectifs commerciaux

Le plan d'actions commerciales

- Sélection d'une cible clientèle
- Contenu du plan d'actions commerciales dans un contexte omnicanal
- Les outils de planification
- Budgets dans le cadre d'actions commerciales
- Les différents canaux de contacts et de vente
- La démarche RSE et le plan d'actions commerciales
- Analyse et contrôle de la performance par les KPI
- Le concept de l'amélioration continue

Développer la stratégie de croissance de l'entreprise

- Stratégie commerciale de l'entreprise
- Notions de mission, vision, valeurs, objectifs
- Les 3 prismes stratégiques (méthode, expérience, complexité)
- Les 3 niveaux stratégiques
- Mix Marketing
- Entretien du portefeuille client
- Négociation commerciale
- Construction d'une offre commerciale sur mesure
- Stratégie de prospection
- Partenariats commerciaux gagnants – gagnants

Manager une équipe commerciale

- Le recrutement
- Cartographie des compétences et outils de formalisation
- Le sourcing candidat
- Les modes de recrutement dans le contexte d'une marque employeur
- Onboarding des nouveaux arrivants
- Inclusion socio-économique et inclusion du handicap
- Coordination des personnels commerciaux
- Entretiens d'évaluation

Le pilotage de la force de vente

- Les outils numériques pour animer les commerciaux, suivre les missions et contrôler l'accomplissement
- Animation de la force de vente (culture d'entreprise, team building...)
- Le manager coach
- Les actions de formation adaptées aux besoins de la force de vente
- L'évaluation des performances, le contrôle et la fixation d'objectifs

Méthodes pédagogiques

- Méthodes actives avec intervenants-es issus-es du monde de l'entreprise, titulaires de connaissances et compétences réelles du métier visé
- Cours organisés autour d'échanges, de partages et de retours d'expérience
- Travail en mode projet
- Individualisation des parcours : outils pédagogiques innovants, accompagnement personnalisé, suivi en entreprise

Modalités d'évaluation

- BLOC 1 - Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales
 - Diagnostic stratégique - Livrable
 - Plan d'actions commerciales - Livrable et soutenance
- BLOC 2 - Développer la stratégie de croissance de l'entreprise
 - Développement commercial - Livrable et soutenance
 - Entretien de négociation - Simulation d'entretien
- BLOC 3 - Manager une équipe commerciale
 - Management d'équipe - Livrable et soutenance
- Grand Oral - 1h