

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 23936**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Responsable de développement commercial

Nouvel intitulé : Responsable de développement commercial (option banque-assurance)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
CCI France - Réseau Negoventis	Président

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312p Gestion des échanges commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Responsable de Développement Commercial est un cadre de l'entreprise qui travaille au sein d'un département commercial, sous la responsabilité du directeur commercial pour les entreprises importantes, ou directement auprès de la direction de l'entreprise pour celles qui sont de plus petite taille. Lorsqu'il intervient au sein de PME, il assure l'ensemble des activités commerciales de l'entreprise. Quel que soit son secteur d'intervention, le Responsable du Développement Commercial possède un vaste champ d'activités et cette fonction est stratégique pour l'entreprise car elle constitue un vecteur de croissance qui influe directement sur ses performances commerciales.

En règle générale, il intervient dans la vente de produits ou de services auprès d'autres professionnels (« B to B »), sauf quelques exceptions comme, par exemple, dans le cas de la gestion patrimoniale pour des particuliers. Dans ce cadre, il exerce au sein d'un établissement bancaire, dans le secteur de l'assurance ou en agence immobilière et sa clientèle est constituée plutôt de grands comptes.

Ce professionnel exerce des fonctions relevant des 4 grands domaines d'activité suivants :

A - Contribution à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise

B - Négociation des ventes

C - Management du développement de son activité

D - Encadrement - animation d'équipe

Les capacités attestées :

A - Contribution à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise

- A1-Afin de contribuer à la progression de son chiffre d'affaires, organiser le développement commercial de sa zone en mettant en œuvre une fonction de veille stratégique et en s'inscrivant dans différents réseaux professionnels

- A2-À partir des orientations stratégiques de l'entreprise et de son plan marketing, décliner les plans d'actions commerciaux à conduire sur sa zone afin d'atteindre le CA fixé

B - Négociation des ventes

- B1-En tenant compte des caractéristiques de sa zone et des moyens à sa disposition, mettre en œuvre ou piloter la mise en œuvre de la prospection en sélectionnant les modes et les actions les plus pertinents au regard du public cible, des objectifs à atteindre et des caractéristiques de la zone

- B2-Après avoir analysé les demandes et les besoins des clients ou prospects rencontrés, et avoir vérifié leur solvabilité, construire une offre adaptée au diagnostic posé à partir des différents produits ou services proposés par son entreprise

- B3-En élaborant sa stratégie et en identifiant les leviers sur lesquels agir, conduire une négociation permettant de conclure positivement la vente tout en respectant le cadre fixé par sa direction

C - Management du développement de son activité

- C1-En s'inscrivant dans les orientations stratégiques de l'entreprise, manager les activités d'un service en optimisant son fonctionnement afin de contribuer au développement de son chiffre d'affaires

D - Encadrement - animation d'équipe

- D1-En organisant sa force de vente, manager une équipe de commerciaux en suivant les activités et résultats atteints et en mettant en œuvre des modalités d'accompagnement qui contribuent à la mobilisation et à la professionnalisation de ceux-ci.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Le Responsable de Développement Commercial peut intervenir sur tous les secteurs d'activités : industrie, service et distribution, et notamment auprès des entreprises suivantes :

- Grandes entreprises, Groupes
- PME/PMI
- Collectivités/Administration
- Comités d'entreprises

Les emplois occupés peuvent être :

- Responsable commercial
- Responsable commercial international
- Responsable de la stratégie commerciale

- Responsable du développement commercial
- Responsable e-commerce
- Attaché technico-commercial
- Cadre technico-commercial / technico-commerciale
- Ingénieur commercial
- Ingénieur technico-commercial
- Responsable technico-commercial
- Technico-commercial
- Responsable comptes clés

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

D1407 : Relation technico-commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

La certification comprend 4 blocs de compétences :

- Contribution à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise
- Négociation des ventes
- Management du développement de son activité
- Encadrement - animation d'équipe

Pour obtenir la certification :

Le candidat doit valider les 4 blocs de compétences décrits ci dessous, quelle que soit la voie d'accès

Ces blocs sont capitalisables sur 5 ans.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESSCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 23936 - Contribuer à l'élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise</p>	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> □ définir l'approche méthodologique à utiliser afin d'élaborer les différentes étapes des projets et actions à conduire, depuis le recueil et l'analyse des données jusqu'à la mise en œuvre et l'évaluation des résultats atteints □ analyser les ressources et opportunités de la zone identifiée afin de définir les potentialités qui peuvent en être dégagées et les menaces qui sont à gérer □ positionner son entreprise ou son offre au regard du marché et de la concurrence afin d'identifier les sources de développement potentiel □ identifier les nouvelles offres qui pourraient être faites afin de les proposer en les argumentant, à sa direction □ définir les cibles à approcher au regard des nouveaux produits ou services à offrir, en évaluant l'importance stratégique de ses clients et prospects □ sélectionner les nouvelles actions à conduire afin de dynamiser sa zone et de les intégrer au plan d'action commerciale et à la campagne de prospection à mettre en œuvre □ s'inscrire dans différents réseaux locaux et régionaux afin de créer de nouveaux contacts et de se tenir informé de l'état de sa zone et du marché □ participer à des manifestations professionnelles ou privées qui contribueront à donner des indications sur les évolutions du marché et des tendances du secteur □ définir une méthodologie de recueil et de traitement des informations afin de sélectionner celles qui peuvent avoir une importance stratégique au regard de la politique de son entreprise □ repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration du PAC en vérifiant auprès des différentes directions la pertinence des éléments à sa disposition □ évaluer ce qui a soutenu ou freiné la réalisation du PAC afin d'en tirer des enseignements pertinents pour l'élaboration du nouveau plan d'action □ décliner le plan stratégique de l'entreprise en actions à conduire sur la zone en tenant compte des cibles visées et du positionnement de son offre sur le marché □ planifier les différentes actions en s'assurant de la disponibilité des moyens nécessaires et en déterminant les objectifs opérationnels à atteindre à chacune des grandes étapes de réalisation du PAC □ décider du dispatching de son portefeuille client afin d'optimiser les actions à conduire par les différents collaborateurs au regard de leur profil de compétences et des objectifs à atteindre □ élaborer le budget nécessaire à la réalisation du PAC en vue de sa négociation avec la direction □ négocier avec sa direction le PAC, tant au niveau des actions à conduire que des moyens financiers à mobiliser en développant un argumentaire pertinent □ décider des évolutions à apporter au PAC en effectuant les actions correctives nécessaires au regard des résultats obtenus □ faire remonter auprès de la direction les analyses du terrain qui contribueront à nourrir la réflexion stratégique de l'entreprise <p>Modalités d'évaluation :</p> <p style="padding-left: 20px;">En formation initiale (Primo-apprenant)</p> <p>1) Dossier écrit à rédiger en production individuelle comportant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une analyse concurrentielle et positionnement - Une proposition d'une nouvelle offre produit/service/cible/méthode/organisation - L'élaboration d'un PAC argumenté à partir de la stratégie marketing de l'entreprise <p>2) Validation du bloc professionnel</p> <p style="padding-left: 20px;">En formation continue (salarié)</p> <p>Dossier écrit à rédiger en production individuelle comportant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une analyse concurrentielle et positionnement - Une proposition d'une nouvelle offre produit/service/cible/méthode/organisation - L'élaboration d'un PAC argumenté à partir de la stratégie marketing de l'entreprise <p>Ou</p> <p>Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée</p> <p>Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation</p> <p>Le bloc est certifiable par la VAE</p>

INTITULÉ	DESRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 23936 - Négociateur des ventes</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> détecter les appels d'offres privés et publics afin de sélectionner ceux sur lesquels il est pertinent de se positionner <input type="checkbox"/> sélectionner les actions de prospection pertinentes et innovantes à mettre en œuvre, au regard des publics cibles et de leurs caractéristiques <input type="checkbox"/> organiser le plan de prospection en tenant compte des caractéristiques de sa zone et en fixant les objectifs à atteindre par chacun des membres de l'équipe <input type="checkbox"/> planifier les actions de prospection à conduire en optimisant leurs conditions de réalisation, notamment au niveau des déplacements, et en établissant les modalités et les outils de suivi à mettre en œuvre <input type="checkbox"/> rédiger ou superviser la rédaction des supports de communication qui seront utilisés durant la campagne de prospection <input type="checkbox"/> recueillir, par différents moyens, des informations complémentaires sur ses besoins et sur le processus de prise de décision interne en matière d'achat <input type="checkbox"/> conduire des entretiens de découverte permettant d'obtenir un maximum d'informations sur l'entreprise, ses besoins, ses modes d'achat, ses fournisseurs actuels <input type="checkbox"/> évaluer les résultats des actions de prospection au niveau du développement du portefeuille client afin de définir les actions correctives à mettre en place au regard des objectifs à atteindre <input type="checkbox"/> analyser les résultats afin d'identifier les informations pertinentes à faire remonter à la direction en vue d'alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise et d'en tirer des enseignements pour les prochaines campagnes <input type="checkbox"/> analyser les spécificités de l'appel d'offres notamment lorsqu'il s'agit d'une consultation des marchés publics, en repérant les règles à respecter <input type="checkbox"/> analyser la politique d'achat de l'entreprise, notamment la place et le rôle du service achat et de ses acheteurs dans le processus de prise de décision <input type="checkbox"/> effectuer le diagnostic sur les besoins de l'entreprise, sur sa solvabilité afin de déterminer l'intérêt à ce qu'elle devienne cliente <input type="checkbox"/> construire une solution adaptée à l'entreprise en combinant les différentes possibilités offertes par les prestations de celle-ci et en respectant le cadre législatif en vigueur <input type="checkbox"/> conseiller son client sur de nouvelles propositions plus innovantes lui permettant de s'inscrire dans les évolutions du marché et d'améliorer son positionnement au regard de la concurrence <input type="checkbox"/> calculer le coût de revient de celle-ci en collectant les différentes composantes du calcul de la chaîne des coûts (production, logistique, commercialisation...), afin d'établir un prix de vente qui tient compte des objectifs à atteindre et des contraintes de réalisation <input type="checkbox"/> structurer une proposition commerciale professionnelle et attractive en développant un argumentaire précis et en vérifiant la qualité du document support, tant au niveau du fond que de la forme <input type="checkbox"/> identifier les acteurs clés avec lesquels mener les négociations, leurs enjeux et le poids de chacun d'entre eux dans le processus de prise de décision <input type="checkbox"/> élaborer plusieurs scénarios de négociation possible en définissant les points forts et les faiblesses de chacun d'entre eux <input type="checkbox"/> élaborer la stratégie de négociation qui paraît optimale pour conclure favorablement la vente, en déterminant les objectifs à atteindre, les modalités de conduite de la négociation, les concessions et contreparties à proposer <input type="checkbox"/> conduire un entretien de négociation en analysant les modes de communication verbaux et non verbaux de son ou ses interlocuteurs et en émettant des hypothèses sur leurs significations quant au déroulement de la négociation <input type="checkbox"/> prendre en compte les arguments et objections de son ou ses interlocuteurs en développant, pour chaque point évoqué, un argumentaire adapté <input type="checkbox"/> valider les points d'accords qui sont conclus, en effectuant des reformulations et des synthèses partielles ou finales <input type="checkbox"/> évaluer le moment critique de la prise de décision en identifiant à quel moment passer éventuellement la main à sa direction lorsqu'il s'agit d'une vente représentant de très forts enjeux pour son entreprise <input type="checkbox"/> conclure la vente en vérifiant avec l'accord du client, les différents termes de la proposition commerciale à passer <input type="checkbox"/> collaborer à la rédaction du contrat avec le service juridique en veillant à sa réalisation selon les accords conclus et en effectuant le suivi de la vente <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>En formation initiale (Primo-apprenant) :</p> <p>Etude de cas : Mettre en œuvre une démarche de prospection/définir une stratégie de prospection</p> <p>Validation du bloc professionnel</p> <p>En formation continue (salarié)</p> <p>Etude de cas : Mettre en œuvre une démarche de prospection/définir une stratégie de prospection</p> <p>Ou</p> <p>Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc, 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée</p> <p>Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation</p> <p>Le bloc est certifiable par la VAE</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 23936 - Manager le développement de son activité</p>	<p>Descriptif</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ définir l'organisation générale du service et les grandes missions de chacun des collaborateurs du service ☐ définir les postes et le profil des professionnels à recruter afin d'étoffer son service ☐ élaborer le budget de fonctionnement du service en mettant en place les outils de suivi et de reporting de son activité ☐ évaluer le coût de fonctionnement de son service et le coût du travail effectué par chacun des collaborateurs du service ☐ effectuer le diagnostic financier du fonctionnement interne du service afin d'identifier les actions à mettre en place pour optimiser son fonctionnement et accroître son rendement ☐ analyser son fonctionnement général et les résultats atteints afin d'en faire le reporting à sa direction et de déterminer les actions à mettre en place pour le nouvel exercice <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>En formation initiale (Primo-apprenant) :</p> <p>Etude de cas : Analyse de l'activité et élaboration d'un budget prévisionnel</p> <p>Validation du bloc professionnel</p> <p>En formation continue (salarié)</p> <p>Etude de cas : Analyse de l'activité et élaboration d'un budget prévisionnel</p> <p>Ou</p> <p>Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée</p> <p>Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation</p> <p>Le bloc est certifiable par la VAE</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 23936 - Animer et encadrer une équipe</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ collaborer avec le service des ressources humaines au recrutement de nouveaux professionnels ☐ organiser le travail à produire par chacun, en expliquant les orientations des actions à conduire, les objectifs à atteindre et les moyens à mobiliser ☐ choisir un mode managérial adapté à l'animation des professionnels à mobiliser sur l'action et permettant de résoudre les problèmes et conflits qui peuvent surgir ☐ sélectionner les actions qui contribueront à mobiliser et à impliquer chacun des collaborateurs ☐ définir les modalités de suivi de proximité ou à distance à mettre en place afin de disposer des informations nécessaires au contrôle des activités réalisées ☐ animer différentes réunions permettant de suivre l'état d'avancement des activités et de résoudre les problèmes techniques posés ☐ mettre en œuvre une méthodologie d'accompagnement, d'analyse et de résolution de problèmes permettant d'aider à trouver des solutions adaptées ☐ effectuer le suivi et le contrôle des activités réalisées par chacun des collaborateurs en identifiant les points forts et les faiblesses de chacun d'entre eux ☐ réaliser les entretiens annuels d'évaluation de chacun des collaborateurs en définissant également les actions de formation et de professionnalisation à mettre en œuvre <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>En formation initiale (Primo-apprenant) :</p> <p>Etude de cas : Gérer une situation managériale</p> <p>Epreuves orales : conduire un entretien professionnel avec ses collaborateurs et animer une réunion de travail</p> <p>Validation du bloc professionnel</p> <p>En formation continue (salarié)</p> <p>Etude de cas : Gérer une situation managériale</p> <p>Epreuves orales : conduire un entretien professionnel avec ses collaborateurs et animer une réunion de travail</p> <p>Ou</p> <p>Réalisation d'un portefeuille de preuves en relation avec le bloc 3 à 6 mois après le parcours formatif et une immersion professionnelle de cette durée</p> <p>Le bloc est certifié et donne lieu à une évaluation et une validation</p> <p>Le bloc est certifiable par la VAE</p>

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION

QUINON

COMPOSITION DES JURYS

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le jury qui compte un minimum de 4 personnes qualifiées, est habilité à statuer de façon souveraine : Un président (Personnalité qualifiée du monde économique) Un représentant des employeurs Un représentant des salariés Un représentant de l'organisme de formation
En contrat d'apprentissage	X	Idem
Après un parcours de formation continue	X	Idem
En contrat de professionnalisation	X	Idem
Par candidature individuelle	X	Idem
Par expérience dispositif VAE prévu en 2004	X	Idem

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 23 février 2007 publié au Journal Officiel du 03 mars 2007 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, avec effet au 03 mars 2007, jusqu'au 03 mars 2012.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 17 juillet 2015 publié au Journal Officiel du 25 juillet 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification du nom de l'organisme certificateur

Arrêté du 10 août 2012 publié au journal officiel du 22 août 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification de l'autorité responsable Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI) - Réseau Negoventis.

Arrêté du 5 avril 2012 publié au Journal Officiel du 14 avril 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Responsable de développement commercial" avec effet au 03 mars 2012 jusqu'au 14 avril 2017. Autorité responsable Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI).

Décret n° 2004-171 du 19 février 2004 modifiant le décret n° 2002-616 du 26 avril 2002 relatif au répertoire national des certifications professionnelles (publié au Journal Officiel du 22 février 2004). La validité du titre est prorogée jusqu'au 31 décembre 2006.

Arrêté du 17 septembre 2001 publié au Journal Officiel du 13 octobre 2001 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique. L'homologation prend effet à compter du 1er novembre 2001.

Pour plus d'informations

Statistiques :

300 Certifiés par an en moyenne

Autres sources d'information :

Site Réseau Negoventis : www.negoventis.cci.fr

www.cci.fr

[Réseau Negoventis](#)

[CCI France](#)

Lieu(x) de certification :

CCI France - Réseau Negoventis

46 Avenue de la grande Armée

CS - 50071

75858 Paris cedex 17

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Réseau national Negoventis, sous l'égide de CCI France :

- AIFCC (CCI de Caen)

- CCI & Caux (CCI Fécamp/Bolbec et CCI Le Havre)

- CCI d'Amiens

- CCI d'Angoulême
- CCI de Bordeaux
- CCI de Brest
- CCI de Carcassonne - Limoux - Castelnaudary
- CCI de Colmar et du Centre-Alsace
- CCI de Corrèze
- CCI de Côte d'Or
- CCI de Grenoble
- CCI de Haute-Loire
- CCI de la Corse du Sud
- CCI de la Creuse
- CCI de la Dordogne
- CCI de la Drôme
- CCI de la Lozère
- CCI de la Martinique
- CCI de la Mayenne
- CCI de la Moselle
- CCI de la Nièvre
- CCI de La Réunion
- CCI de la Vendée
- CCI de la Vienne
- CCI de l'Aisne
- CCI de l'Ariège
- CCI de l'Aveyron
- CCI de l'Essonne
- CCI de l'Eure
- CCI de Libourne
- CCI de l'Indre
- CCI de l'Oise
- CCI de Lyon
- CCI de l'Yonne
- CCI de Maine et Loire
- CCI de Marseille-Provence
- CCI de Meurthe-et-Moselle
- CCI de Montauban et de Tarn-et- Garonne
- CCI de Montpellier
- CCI de Nantes Saint-Nazaire
- CCI de Nice Côte d'Azur
- CCI de Nîmes - Bagnols - Uzès - Le Vigan
- CCI de Nord-Isère
- CCI de Paris IDF
- CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales
- CCI de Rennes
- CCI de Rouen
- CCI de Saint-Etienne
- CCI de Saône et Loire
- CCI de Seine et Marne
- CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin
- CCI de Toulouse
- CCI des Côtes d'Armor
- CCI des Deux-Sèvres
- CCI des Iles de Guadeloupe
- CCI des Landes
- CCI du Cantal
- CCI du Cher
- CCI du Jura
- CCI du Loiret
- CCI du Lot-et-Garonne
- CCI du Puy-de-Dôme
- CCI du Tarn
- CCI du Var
- CCI Grand-Hainaut

- CCI Grand-Lille
- CCI Pau Béarn
- CCI Saint-Malo Fougères
- CCISM de Polynésie Française
- Groupe FIM (CCI Centre et Sud Manche)
- SIFCO (CCI du Doubs, de Haute-Saône et Belfort)

Historique de la certification :

Certification précédente : Responsable de développement commercial

Certification suivante : Responsable de développement commercial (option banque-assurance)