

Formation sous contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

SESSION 2026-2027

La certification Responsable Développement Commercial (RDC), est une certification professionnelle enregistrée au RNCP Niveau 6 – code RNCP 37849

Certification professionnelle enregistrée pour trois 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.

<https://imcp.fr/la-vae/>



Objectifs : Le(la) titulaire **de la certification Responsable développement commercial** est un(e) professionnel(le) qui évolue dans un secteur dynamique et en constante évolution. Il(elle) est en mesure de **mettre en place des plans d'actions commerciale** adaptés aux zones géographiques visées et d'y détecter de nouvelles opportunités commerciales. Il **négoce et s'adapte rapidement aux besoins des clients**. Grâce à son analyse de l'activité commerciale, il assure la production des reportings. il **manage une équipe et pilote** les performances commerciales.

Prérequis

Diplôme ou titre professionnel validé – Titre Niveau 5 validé
Conditions particulières, nous consulter.



Débouchés

- ⇒ Responsable / Chargé du développement commercial
- ⇒ Business développer
- ⇒ Responsable commercial, responsable des ventes
- ⇒ Responsable / ingénieur commercial Grands Comptes
- ⇒ Responsable e-commerce
- ⇒ Responsable du développement des ventes
- ⇒ Chargé d'affaires / ingénieur d'affaires



Programme

Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales

- Réaliser le **diagnostic stratégique de l'entreprise**, dans le cadre d'une veille stratégique, en évaluant les capacités nécessaires pour répondre aux évolutions de son environnement
- Définir les **objectifs commerciaux** sous forme de moyens variés pour développer l'activité de l'entreprise, dans le cadre d'un plan de croissance (interne et/ou externe)
- Mettre en œuvre le plan d'actions commerciales, dans le cadre d'une stratégie omnicanale et une **démarche RSE**
- Évaluer la performance commerciale de l'entreprise par des indicateurs de suivi des résultats commerciaux (les KPI), dans un tableau de bord (le reporting commercial)

Bloc 3. Manager une équipe commerciale

- Déterminer le profil de l'équipe commerciale, en identifiant les besoins en compétences, nécessaires pour atteindre les objectifs fixés dans le plan d'actions commerciales
- Composer l'équipe commerciale, par le recrutement éventuel de nouveaux commerciaux et par la formation, en définissant les rôles et les responsabilités de chacun, pour atteindre les objectifs,
- Développer des stratégies d'animation et de motivation de l'équipe commerciale
- Évaluer les performances commerciales des collaborateurs de manière personnalisée et collective

Qualités requises

- ⇒ Sens de l'écoute et goût de développer des échanges à finalité commerciale,
- ⇒ Capacité à travailler en équipe,
- ⇒ Autonomie et organisation
- ⇒ Capacité d'écoute ; sens de l'objectif
- ⇒ Rigueur et professionnalisme
- ⇒ Leadership, Force de conviction

Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise

- Définir la **stratégie commerciale** de l'entreprise, sous forme de méthodes mises en place pour atteindre les objectifs commerciaux définis, en accord avec les valeurs de l'entreprise et les possibilités d'évolution
- Intégrer les **typologies des clients** dans la stratégie commerciale, sous forme de profils types ou buyer persona
- Établir une **politique de prix** (pricing) attrayante et cohérente du produit ou service, avec le service marketing
- Construire une proposition commerciale sur mesure, en développant un argumentaire de vente précis et technique
- Développer la stratégie de prospection omnicanale, avec un budget spécifique, en identifiant les marchés porteurs d'opportunités pour les prospects ciblés
- Développer le portefeuille clients
Mettre en place des partenariats commerciaux



Durée de la formation, accès

- ⇒ 550 heures en centre de formation/ CFA – 1 an
- ⇒ 7 à 14 heures en CFA / semaine
- ⇒ Entrée possible de septembre à décembre (situation particulière nous contacter)



Modalités d'évaluation

- ⇒ Pendant la formation : évaluations pédagogiques régulières par bloc de compétences,
- ⇒ Evaluations professionnelles (avec votre tuteur en entreprise)
- ⇒ Evaluation finale : Dossier + soutenance orale
- ⇒ **RESULTATS- Vous pouvez consulter les indicateurs de performance de la formation sur notre site internet dans la rubrique nos résultats**



Bloc de compétences

Présentation des blocs de compétences

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37849/>



Tarifs

Financement de la formation pour l'apprenant dans le cadre du contrat en alternance (apprentissage/ contrat de professionnalisation) : prise en charge de la formation par l'OPCO de l'entreprise d'accueil. EFRA s'engage au zéro reste à charge de la formation pour l'employeur
Information pour l'apprenant : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/N11240>



Contacts :

Véronique MOREAUX – v.moreaux@efra.fr
Ingrid GEAY – i.geay@efra.fr (référént handicap)



Méthodologie pédagogique

- ⇒ Cours magistraux
- ⇒ Activités applicatives et démonstratives spécifiques aux blocs de compétences
- ⇒ Business games / WorkShop



Poursuite d'études

- ⇒ Master(e) en management d'entreprise, gestion des organisations, entrepreneuriat



Accessibilité

Si vous êtes en situation de handicap, contactez notre référent handicap pour une présentation des mesures dédiées.