

# TITRE Responsable du Développement Commercial

Code NSF 312 – Certification professionnelle de niveau 6 (Eu) – BAC +3  
Enregistrée au RNCP 37849 par arrêté du 19/07/2023 sous l'autorité et délivrée par l'IMCP.

**BAC +3**

**En ALTERNANCE – 12 MOIS**

**Rythme de l'alternance : 4 ou 5 jours à l'école tous les 15 jours**

L'alternant(e) sera rémunéré(e), avec la grille légale applicable suivant la nature de son contrat.

**Date limite de début de l'alternance : 31/01/2026**

## Objectifs de la formation / Compétences visées

- Le Titre de Responsable du Développement Commercial prépare des professionnels à une fonction stratégique, au cœur de l'environnement économique national et international d'aujourd'hui et de demain.
- Le responsable du développement commercial est un acteur central de l'entreprise puisqu'il est en charge du développement du réseau de vente et de distribution de l'entreprise au sein de laquelle il œuvre.
- Formé à conduire des négociations complexes et gérer les portefeuilles clients, il peut être amené à manager une force de vente.
- S'il évolue au sein d'une grande entreprise, le responsable du développement commercial est rattaché à un directeur commercial. Dans une structure plus petite (TPE/PME), il travaille main dans la main avec la direction.
- Il est libre d'exercer dans tous les secteurs d'activités (industrie, immobilier, commerce international, banque, assurance, distribution, transports, médias, conseils...).

## Métiers visés

Selon l'entreprise et son secteur, les opportunités et débouchés sont riches :

- Chargé d'affaires,
- Responsable commercial,
- Responsable de business unit,
- Chef de produits,
- Directeur des ventes,
- Responsable de la relation client

## Public

Candidats âgés de 16 à 29 ans révolus.

Sans restriction d'âge dans le cas où le candidat est officiellement reconnu travailleur handicapé ou sportif de haut niveau, ou s'il envisage de créer ou reprendre une entreprise supposant l'obtention du diplôme.

## Prérequis

- Personne titulaire d'un diplôme de niveau 5 (BTS ou certification niveau 5)
- Possibilité d'accès aux personnes ayant le Bac ou pouvant justifier de 3 ans d'expérience dans une activité commerciale.



## Modalités et délais d'accès pour l'entrée en formation

- Entretien de motivation
- Dossier d'inscription complété
- Test de spécialité et niveau d'anglais
- Bénéficiaire d'un contrat d'apprentissage alternance.
- Inscription entre avril et novembre pour une entrée en formation en septembre.

Nous nous formons pour accompagner les entreprises d'aujourd'hui et de demain dans leur développement économique, structurel, technologique, humain, écologique et social.



La date de début de la formation pratique chez l'employeur ne peut être postérieure de plus de trois mois au début d'exécution du contrat. (Article L.6222-12 du Code du travail)

### ACCESSIBILITE AUX PUBLICS EN SITUATION DE HANDICAP

Pour tout besoin spécifique et toute adaptation consultez-nous

Service Handicap du CFA Jean Bosco : [handicap@cfajeanbosco.fr](mailto:handicap@cfajeanbosco.fr)

## Modules de Formation RDC

Bloc 1 - Piloter le développement opérationnel du plan d'action commercial

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

Bloc 3 - Manager un équipe commerciale

Spécialisation optionnelle : RSE, Marketing Digital, Entrepreneuriat

Mais aussi: Anglais (TOEIC en fin d'année), maîtriser Excel, gestion des émotions...

### DURÉE

~ 550 h / + Option  
**12 mois**  
(= 60 ecets)

### ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

- Formateurs / formatrices diplômés dans les domaines professionnels concernés/ Professionnels intervenants
- Équipe administrative et vie scolaire (Point écoute)

### RYTHME

4 ou 5 jours en centre de formation  
tous les 15 jours  
Le reste en entreprise

De septembre 2025 à juillet 2026  
(La formation peut débuter fin du mois d'août,  
selon le planning d'alternance.)

### VALIDATION

Certification Professionnelle Niveau 6 (Bac+ 3)

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Épreuves écrites / Cas pratiques / Contrôles de Connaissances /QCM / Soutenances orales / Mémoire...

## Et après :

**Poursuites d'études possibles.** L'étudiant peut s'orienter vers :

- Mastère MBA Manager en Stratégie d'entreprise et Développement commercial (BAC +5) au Campus Sacré-Cœur d'Amiens,
- Une école de commerce
- Mastère en Marketing, vente, communication, gestion... toute spécialisation possible

### Insertion professionnelle

- Le campus met à disposition un accompagnement à l'emploi (Coaching Pro- 6 mois)

### Entrepreneuriat

- Accompagnement des porteurs de projet proposé via différents partenaires.

## Tarif de la formation : Gratuit pour les alternants

Le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Zéro reste à charge pour l'entreprise du secteur privé. Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal. »

Les employeurs du secteur public répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent (...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020-786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en oeuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais

Vous accompagner dans votre choix ?

**Candidater au 03 22 82 84 79**

Virginie VILLEROY - Responsable UFA Sacré-Cœur  
03.22.82.84.79 / 06.52.79.80.55

**Mis à jour en novembre 2024**

## Résultats sur l'année N-1

Taux de réussite aux examens	Pas de session antérieure
Taux d'interruption en cours de formation	Pas de session antérieure
Taux de poursuite d'études	Pas de session antérieure
Taux d'insertion professionnelle (à 6 mois)	Pas de session antérieure



## Méthodes d'apprentissage

- Travaux en groupe en mode projet / TD / Étude de cas / Exposés
- Mise en pratique via des missions stratégiques encadrées (Cas réels d'entreprises partenaires)
- Construction de parcours individualisés en lien avec le référentiel et les enjeux de l'entreprise
- Tutorat Formateur
- Méthode démonstrative via du mentoring et du coaching
- Méthode expérientielle avec mise en situation réelle via le challenge & projets
- Constitution d'un portefeuille de compétences .

## NOS VALEURS AJOUTÉES

- Méthodes pédagogiques innovantes et différenciées (Capsules audio, vidéo, fiches méthodes)
- Une équipe de formateurs issus de l'entreprise
- Un lien très fort avec les entreprises du territoire (Club des anciens du Sacré Cœur)
- Une prise en charge de l'étudiant dans sa globalité (Socio-professionnel)
- Une vie étudiante riche en partage (Évènements sportifs, culturels, ludiques...)
- Une restauration sur site de type self-service ou cafétéria.  
Tarif étudiant.
- Une connexion WIFI à tous les étudiants partout dans l'établissement et un compte MS office 365.
- Des espaces accessibles en autonomie : espace ressource, foyer, cafétéria...
- Nous nous engageons au quotidien dans une démarche de développement durable.
- Formation ouverte aux personnes en situation de handicap (moyens de compensation à étudier avec le responsable pédagogique et le référent handicap du centre en référence aux règles de certification).



Lien vers la certification  
RNCP—France Compétence.

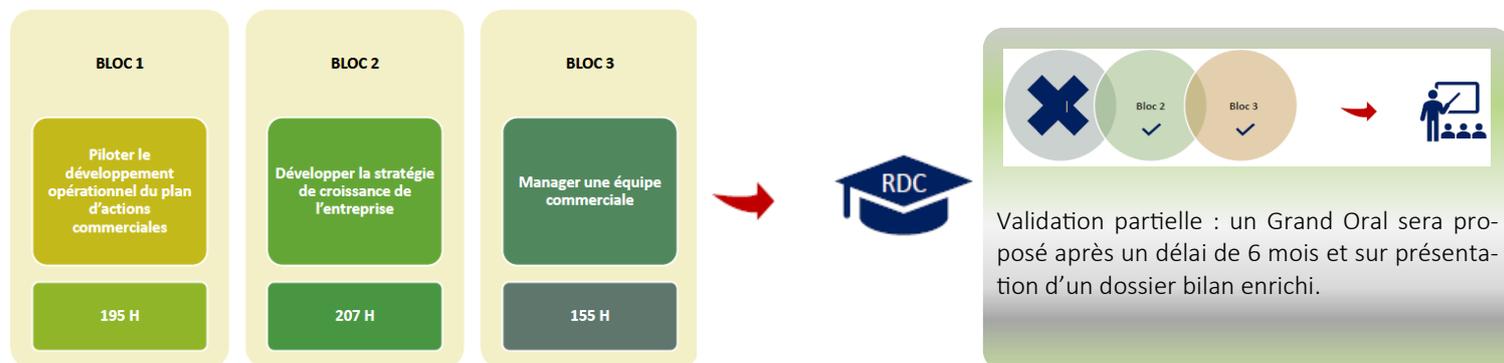
## Programme

### Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

Le titre de Responsable du Développement Commercial est obtenu si le candidat obtient l'ensemble des blocs de compétences compris au sein de la certification et qu'il réussit les évaluations transverses ci-dessous :

► Période alternée en entreprise d'un an

► Mémoire professionnel + soutenance orale



### Bloc de compétences n°1 : RNCP37849BC01

#### Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
C.1.1 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, par le biais d'outils spécifiques (analyses SWOT, PESTEL, Porter) – en déterminant les facteurs du contexte interne de l'entreprise et de l'environnement externe – dans le but d'identifier les actions prioritaires à mener pour développer l'activité commerciale.	↗ Mise en situation professionnelle réelle, portant sur la réalisation du diagnostic stratégique de l'entreprise.
C.1.2 Définir les objectifs commerciaux (méthode SMART) sous forme de moyens variés pour développer l'activité de l'entreprise, dans le cadre d'un plan de croissance (interne et/ou externe), avec plusieurs axes de développement, afin de faciliter la prise de décision pour développer des activités de promotion, de vente d'un produit ou service.	↗ Mise en situation professionnelle reconstituée, portant sur la création du plan d'actions commerciales de l'entreprise.
C.1.3 Élaborer le plan d'actions commerciales, sous forme de feuille de route du développement commercial, en automatisant les actions récurrentes, en intégrant les objectifs et les actions associées à mettre en place, sur une période donnée, visant des solutions et prestations dans un domaine d'activité spécifique, destinées à une clientèle cible, afin de détailler la stratégie de développement de l'entreprise de manière opérationnelle.	↗ Dossier écrit et présentation orale devant un jury.
C.1.4 Mettre en œuvre le plan d'actions commerciales, dans le cadre d'une stratégie omnicanale et une démarche RSE, en intégrant les moyens matériels, financiers et humains, nécessaires pour chaque action de vente définie, ainsi que les échéances associées aux objectifs et les normes à respecter, afin d'atteindre les objectifs commerciaux précédemment fixés.	
C.1.5 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), par le biais d'outils numériques, permettant de mesurer l'efficacité des actions commerciales établies et de suivre la variation du chiffre d'affaires, afin de déterminer des leviers d'amélioration, pour corriger et adapter le plan de développement commercial initial.	
C.1.6 Contrôler le plan d'actions commerciales, qui a vocation à évoluer, en fixant des nouveaux objectifs plus adéquats – par rapport à la croissance de l'entreprise et les nouveaux moyens dont elle dispose – et en rectifiant les actions mises en œuvre, afin de s'aligner sur la stratégie globale et la vision de l'entreprise.	

## Bloc de compétences n°2 : RNCP37849BC02

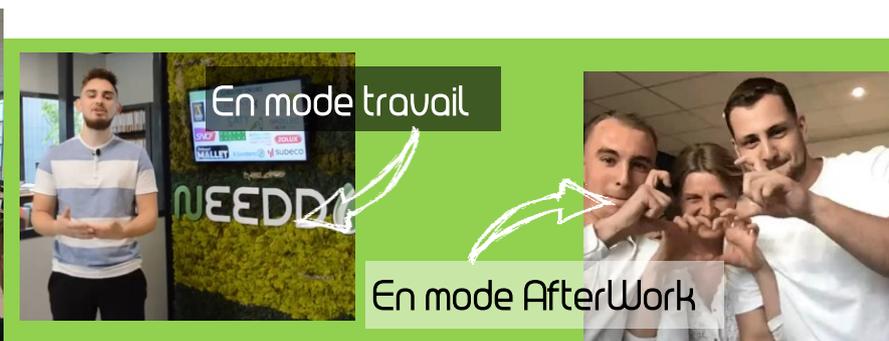
### Développer la stratégie de croissance de l'entreprise

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>C.2.1 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, dans le cadre d'un secteur d'activité cible, pour le portefeuille clients affecté, en étroite corrélation avec la stratégie de l'entreprise et la stratégie marketing, afin de mettre en place un management opérationnel efficace et de développer la communication commerciale.</p> <p>C.2.2 Intégrer les typologies des clients dans la stratégie commerciale, sous forme de profils types ou buyer persona, par la segmentation en différentes catégories, en ciblant les attentes et les besoins des clients, leurs modes de comportement et ce qui les incite à acheter, afin de développer une politique commerciale adaptée.</p> <p>C.2.3 Établir une politique de prix (pricing) attrayante et cohérente du produit ou service, avec le service marketing, en s'alignant sur les prix du marché, en mettant en lien le prix de vente avec la qualité du produit ou service, afin d'apporter une preuve tangible de sa valeur et dans le même temps, de contrôler la rentabilité visée par l'entreprise.</p> <p>C.2.4 Mettre en œuvre la stratégie commerciale omnicanale, pour répondre aux besoins des clients, en garantissant une offre de produits et services inédits, à valeur ajoutée, qui évolue et s'adapte aux préférences et habitudes de consommations des clients, en adaptant la qualité de l'offre de produits et services (les matériaux utilisés, le mode d'expédition et l'assistance clientèle) par rapport à la concurrence, en créant une image professionnelle qui satisfait les clients.</p> <p>C.2.5 Construire une proposition commerciale sur mesure, en développant un argumentaire de vente précis et technique, en mettant en exergue les points forts des produits et services de l'entreprise, en mettant en place une stratégie pour donner à son offre une position crédible, attractive et différenciante, afin de renforcer la compétitivité de l'entreprise.</p> <p>C.2.6 Développer la stratégie de prospection omnicanale, avec un budget spécifique, en identifiant les marchés porteurs d'opportunités pour les prospects ciblés, par rapport aux objectifs quantitatifs et qualitatifs, en utilisant les meilleurs outils (CRM), canaux d'acquisition et actions de communication (campagne emailing, prospection téléphonique, prospection physique, programme de parrainage, salons, etc.), afin de rechercher et conquérir de nouveaux clients.</p> <p>C.2.7 Construire une stratégie de négociation commerciale, destinée aux grands comptes, dans le cadre d'un cycle de vente long, en analysant les besoins du client, en préparant une offre commerciale sur mesure, en construisant un argumentaire de vente pertinent qui résout les objections et inclut des solutions techniques détaillées, en défendant le prix par des techniques commerciales spécifiques, dans le but de conclure et parvenir à un accord commercial.</p> <p>C.2.8 Développer le portefeuille clients, en créant une base de données complète (outil CRM) de ses clients et de leurs habitudes d'achat, utiles à la bonne gestion de la relation commerciale, afin de mieux organiser les actions commerciales, segmenter la base client, et augmenter le chiffre d'affaires en proposant de la vente additionnelle.</p> <p>C.2.8 Implémenter une stratégie de fidélisation des clients, en assurant le suivi des dossiers commerciaux, en construisant une relation de confiance sur le long terme, en mettant en place des enquêtes de satisfaction, en créant des petites attentions (ex. réductions exceptionnelles) et un programme de fidélité via les réseaux sociaux et des newsletters, en développant de nouveaux services, pour transformer le client en ambassadeur de la marque et garantir le retour sur investissement.</p> <p>C.2.9 Développer une stratégie de relation client personnalisée, dans une démarche de transformation digitale, avec les équipes marketing et communication, en s'appuyant sur les comportements des consommateurs, pour délivrer une expérience client omnicanale différenciante, adaptée et optimisée, en rendant le parcours client fluide, en mettant en place une gestion des insatisfactions efficace, afin d'augmenter la satisfaction et l'engagement client.</p> <p>C.2.10 Mettre en place des partenariats commerciaux gagnant-gagnant, comme leviers de croissance, en partageant les mêmes valeurs et objectifs, sous forme de système de collaboration autour de projets communs, à partir d'un business model et d'un dossier de partenariat, en rédigeant une proposition, en menant des négociations, en évaluant le retour sur investissement, afin de gagner en visibilité et en notoriété.</p> <p>C.2.11 Mettre en place des partenariats commerciaux gagnant-gagnant, comme leviers de croissance, en partageant les mêmes valeurs et objectifs, sous forme de système de collaboration autour de projets communs, à partir d'un business model et d'un dossier de partenariat, en rédigeant une proposition, en menant des négociations, en évaluant le retour sur investissement, afin de gagner en visibilité et en notoriété.</p>	<p>↗ Étude de cas, portant sur le développement de la stratégie de croissance d'une entreprise (à choisir parmi 4 entreprises proposées), pendant une durée de trois mois, comprenant deux parties : un dossier écrit et une présentation orale devant le jury.</p>

## Bloc de compétences n°3 : RNCP37849BC03

### Manager une équipe commerciale

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>C.3.1 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, en accord avec la stratégie commerciale de l'entreprise et la politique RH, en adaptant les conditions nécessaires aux personnes aux besoins spécifiques associés aux situations de handicap dans leur variété, afin de proposer un service commercial de qualité et d'assurer la performance de l'équipe.</p> <p>C.3.2 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, dans le cadre des missions commerciales définies (prospection, promotion de l'offre, vente, gestion du portefeuille client, veille, reporting), tout en prenant en compte les besoins spécifiques des personnes et en assurant des conditions favorables d'accessibilité aux personnes en situation de handicap.</p> <p>C.3.3 Piloter le processus commercial par la mise en place d'outils de visualisation (outil de gestion de la relation client, CRM) et de gestion des activités commerciales (funnel commercial), afin de suivre les missions de l'équipe commerciale tout au long du cycle de vente et permettre aux commerciaux de s'organiser et de garder le contrôle sur leur activité.</p> <p>C.3.4 Développer des stratégies d'animation et de motivation de l'équipe commerciale, par des outils numériques et une plateforme collaborative, des réunions commerciales et des entretiens réguliers, en dotant l'équipe des moyens nécessaires à la performance, en maintenant le sentiment d'appartenance à l'entreprise, en conseillant et guidant l'équipe, afin d'assurer la progression, la productivité et la cohésion d'équipe.</p> <p>C.3.5 Mettre en place des stratégies pour développer les compétences individuelles et collectives de l'équipe commerciale, par la formation en présentiel et le e-learning – en prenant en compte les besoins d'aménagement pour les personnes présentant un handicap – en mettant à niveau l'équipe sur les nouvelles tendances, en intégrant des outils numériques d'aide à la vente, afin d'obtenir une équipe performante.</p> <p>C.3.6 Coordonner les opérations commerciales de son équipe, en lien avec le service marketing et communication en charge de la création de contenu, pour créer de la valeur autour d'un produit ou service, en reliant le produit à la marque, en fonction d'un budget, par le biais des campagnes publicitaires et par une variété de supports et de canaux de diffusion, afin de stimuler les ventes.</p> <p>C.3.7 Évaluer les performances commerciales des collaborateurs de manière personnalisée et collective, au moyen du reporting, qui est basé sur des indicateurs commerciaux quantifiables, afin de déterminer l'atteinte des objectifs, d'identifier les écarts et d'analyser avec son équipe, l'impact des activités commerciales sur la rentabilité de l'entreprise.</p> <p>C.3.8 Contrôler l'activité de l'équipe commerciale, en analysant ses résultats, en mettant en place les actions correctrices nécessaires pour améliorer la performance, en recrutant ou en redistribuant les tâches entre les membres de l'équipe, afin d'adapter et d'améliorer le processus commercial, et de rester en tête sur son marché.</p>	<p>➤ Mise en situation professionnelle reconstituée, portant sur le management d'une équipe commerciale portant sur un dossier écrit et une présentation orale devant le jury.</p>

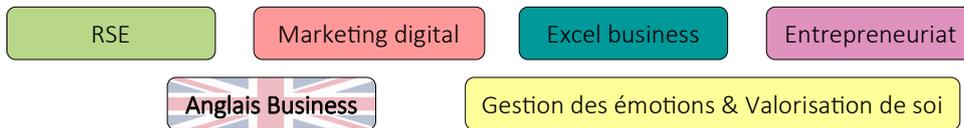


## Enrichir son parcours de formation & se démarquer

Les spécialités du programme RDC au Campus Sacré Coeur

Afin de confirmer la qualité de votre Diplôme BAC+3 RDC, **Le Campus Sacré Coeur vous implique dans un module complémentaire** au choix. Ce module vous permet de vous spécialiser à travers une compétence clé, **propice aux attentes du marché actuel.**

Au choix



Modules complémentaires et non obligatoires  
à choisir en début d'année :

### RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) :

- C1: Introduction à la RSE et ses concepts fondamentaux
- C2: Analyse des politiques RSE dans les entreprises et études de cas
- C3: Développement de stratégies RSE et évaluation des impacts sociaux et environnementaux

### Marketing Digital :

- C1: Fondamentaux du marketing en ligne et des réseaux sociaux
- C2: Stratégies de contenu et marketing de contenu
- C3: Publicité en ligne, SEO et analyse des performances

### Excel Business :

- C1: Introduction à Excel et manipulation de données
- C2: Formules avancées, tableaux croisés dynamiques et graphiques
- C3 : Analyse avancée de données , macros et automatisation des tâches

### Entrepreneuriat :

- C1: Étude de marché et validation d'idées
- C2: Planification stratégique et modèle économique
- C3: Financement d'entreprise, gestion des risques et pitch de présentation

### Anglais Business :

- C1: Vocabulaire et expressions courantes en milieu professionnel
- C2: Communication écrite et orale : rédaction d'emails, rapports, présentations
- C3: Négociations commerciales, réunions professionnelles et communication interculturelle

### Gestion des émotions – Valorisation de soi :

- C1: Compréhension des émotions et gestion du stress
- C2: Confiance en soi et estime de soi
- C3: Gestion des conflits, communication assertive et développement personnel

Notre campus propose 4 spécialités exclusives qui **enrichissent le parcours habituel du diplôme de responsable en développement commercial.**

#### Avantages pour nos étudiants :

- Ils acquièrent des compétences pointues et recherchées par les entreprises.
- Ils se distinguent sur le marché du travail .

#### Avantages pour les entreprises :

- Entre accompagnées sur des enjeux pas toujours évidents à actionner (TPE, PME, Association).

#### Un conseil ?

Ne vous surchargez pas !  
Même si tous les modules sont hyper intéressants, nous vous recommandons d'opter pour 2 modules maximum.