

BACHELOR ALTERNANCE

RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

2026

2027



Certification professionnelle « Responsable du Développement Commercial » enregistrée au RNCP (n° fiche RNCP37849) sur décision du directeur général de France.

Compétences en date du 19/07/2023, au niveau de qualification 6 CEC (Eu) avec le code NSF 312 et délivrée par l'IMCP, l'organisme certificateur- **BAC+3**

Diplôme reconnu par l'état

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...).



Mis à jour en décembre 2025

INFOS PRATIQUES

- 5 à 10 jours en cours / 3 semaines en entreprise
- 520h + option sur 12 mois de septembre 2026 à juillet 2027 (=60 ECTS)
- Gratuit pour les alternants
- Rémunération selon la grille légale entre 496€ et 1612€ (en fonction de l'âge et du niveau d'études)

CONDITIONS D'ACCÈS

- ✓ Diplôme de niveau 5
- ✓ Accessible aux personnes ayant le BAC ou pouvant justifier de 3 ans d'expérience dans une activité commerciale
- ✓ Maîtrise du français, compétences numériques minimales, connaissances économiques appréciées...
- ✓ Entretien de motivation
- ✓ Dossier d'inscription complet
- ✓ Candidature de novembre 2025 à novembre 2026
Délai de traitement (3 semaines > voir annexes)
- ✓ Inscription entre janvier et novembre 2026
- ✓ Entrée en formation le 27 août 2026
- ✓ Contrat d'apprentissage
(Un étudiant sans entreprise le jour de la rentrée peut intégrer la formation jusqu'au 30 novembre de l'année en cours).

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS



MODULES DE FORMATION

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

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

Bloc 3 : Manager une équipe commerciale

Spécialisation optionnelle : RSE, Marketing Digital, Entrepreneuriat

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



POURSUITE D'ÉTUDES



École de commerce



Insertion
professionnelle

Entreprenariat

Accompagner des porteurs de
projets

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

VALEURS AJOUTÉES



Self & Cafétéria (tarif étudiant - prix indicatif 25-26 : 1.60€)



WIFI et Office 365
Espaces dédiés (foyer, espace ressources...)



LABEL Eco Lycée - Engagement dans une démarche de développement durable



Formation ouverte aux personnes en situation de handicap



Accessibilité PMR



Référent handicap
Maud LACASSAIGNE
03.20.35.90.55



Test TOEIC (Test of English for International Communication)

CONTACT

Virginie VILLEROY

Responsable UFA



03.22.82.84.70 (Standard)

07.83.72.89.38



campus@sacrecoeur-amiens.org

CANDIDATER

Scannez pour
candidater



Pour l'entreprise, le coût de la formation est de 5138€ en moyenne en fonction de l'opérateur de compétences de rattachement

DESCRIPTION DES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Méthodes pédagogiques



Cours, travaux pratiques, études de cas ...

Utilisation d'outils numériques



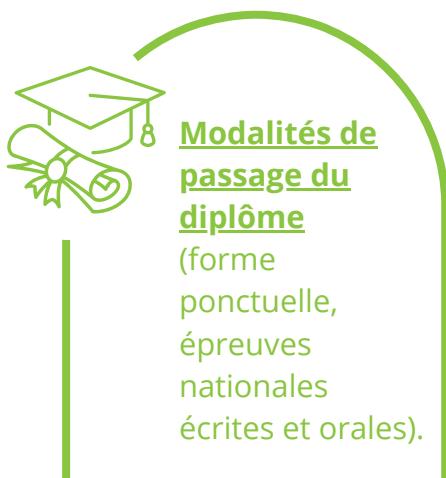
Accès WIFI et ordinateurs

Modalités d'accompagnement



Tutorat, coaching, suivi en entreprise...

MODALITÉS D'ÉVALUATION / CERTIFICATION



RÉSULTATS OBTENUS



Taux de réussite : nombre de diplômés / nombre de candidats présentés à l'examen.

Taux de placement en entreprise à l'issue du cursus : nombre d'apprenants en emploi à l'issue du cursus / nombre d'apprenants diplômés ayant répondu.

Taux d'insertion : nombre d'apprenants en emploi à 6 mois / nombre d'apprenants diplômés ayant répondu.

Taux d'interruption : apprenants ayant quitté la formation / effectif total inscrit.

Les taux indiqués sont calculés à partir des résultats observés sur la dernière promotion complète de l'année 2025 (diplômés, poursuivants, insérés, abandonnés).



BLOCS DE COMPÉTENCES

Les modalités d'acquisition de la certification se font 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 suivantes :

- Périodes alternées en entreprise d'un an
- Mémoire professionnel + soutenance orale

Validation partielle : un grand oral sera proposé après un délai de 6 mois et sur présentation d'un dossier bilan enrichi

Chaque apprenant qui a validé la certification reçoit un parchemin et un supplément au parchemin qui mentionne le détail des compétences de chaque bloc. Les blocs de compétences validés le sont à vie.

BLOC DE COMPÉTENCES N°1 : RNCP37849BC01

PILOTER LE DÉVELOPPEMENT OPÉRATIONNEL DU PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

Compétences	Modalités d'évaluations
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.	
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.	
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.	<ul style="list-style-type: none">• Mise en situation professionnelle réelle, portant sur la réalisation du diagnostic stratégique de l'entreprise.• Mise en situation professionnelle reconstituée, portant sur la création du plan d'actions commerciales de l'entreprise.• 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 : RNCP37849BCo2

MANAGER UNE ÉQUIPE COMMERCIALE

Compétences	Modalités d'évaluations
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.	
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.	
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.	
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 consommation 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.	
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.	
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.	
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	<ul style="list-style-type: none">• 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.
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.	
C.2.9 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.	
C.2.10 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.	
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.	

BLOC DE COMPÉTENCES N°3 : RNCP37849BC03

DÉVELOPPER LA STRATÉGIE DE CROISSANCE DE L'ENTREPRISE

Compétences	Modalités d'évaluations
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.	
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.	
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.	
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.	• 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.
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.	
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.	
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.	
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.	

ENRICHISSEMENT DU PARCOURS DE FORMATION

MODULES COMPLÉMENTAIRES FACULTATIFS À CHOISIR EN DÉBUT D'ANNÉE

Afin de confirmer la qualité de votre Diplôme BAC+3 RDC, Le Campus Sacré Cœur vous implique dans des modules complémentaires au choix. Ces modules vous permettent de vous spécialiser à travers une compétence clé, propice aux attentes du marché actuel. Nous vous recommandons de ne pas opter pour plus de 2 modules maximum.

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	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
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	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
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	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

POLITIQUE DE CONFIDENTIALITÉ ET TRAITEMENT DES DONNÉES PERSONNELLES

La politique de confidentialité est accessible dès l'enregistrement de chaque utilisateur sur le site web du Sacré Cœur et sur le progiciel YPAREO. Elle informe tous les utilisateurs de ces plateformes des traitements effectués sur leurs données personnelles par l'UFA SACRE CŒUR et le CFA JEAN BOSCO, lorsque ceux-ci agissent en tant que responsable de traitement au sens du RGPD (Règlement (UE) 2016/679 sur la protection des données du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016)

Art 7 <https://site.sacrecoeur-amiens.org/mentions-legales/>

JUSTIFICATIF DU NIVEAU REQUIS

Un justificatif du niveau requis pour intégrer la formation (dernier diplôme obtenu, dérogation, dispense...) est exigé et doit être télé-déposé par le candidat sur la plateforme YPAREO au moment de son inscription à la formation diplômante et/ou certifiante.

Important : Les candidats titulaires d'un diplôme obtenu à l'étranger doivent impérativement fournir une attestation de comparabilité ENIC NARIC en complément de la copie de leur diplôme, et avant la clôture des inscriptions.

INSCRIPTION À LA FORMATION

Chaque candidat enregistré reçoit un mail du campus@sacrecoeur-amiens.org l'invitant à compléter le formulaire d'inscription à la formation ou certification -> <https://cfajeanbosco-hdf.ymag.cloud/index.php/preinscription/>. Il doit obligatoirement remplir toutes les rubriques du formulaire et fournir les documents demandés :

IL VÉRIFIE SON IDENTITÉ ET SES COORDONNÉES COMPLÈTES

- ✓ Il renseigne son parcours académique,
- ✓ Il dépose le justificatif de son niveau de qualification (diplôme -accompagné de l'attestation de comparabilité pour les diplômes obtenus à l'étranger-, relevé de notes, dérogation / dispense validée par l'organisme certificateur le cas échéant)
- ✓ Il joint son CV actualisé et sa lettre de motivation
- ✓ Il dépose également la copie de sa pièce d'identité recto-verso
- ✓ Il dépose son attestation d'assurance sociale (NSS)
- ✓ Il prend connaissance des conditions d'accès à la formation déposées sur le site web de l'établissement

PROCESSUS D'ADMISSION

Le candidat est rencontré lors des Journées Portes Ouvertes (JPO), sur les salons et suite à une demande de rendez-vous via notre site WEB ou par mail.

PORTE OUVERTES :

Samedi 15 novembre 2025 : 10h - 16h

Vendredi 16 janvier 2026 : 17h - 20h

Vendredi 20 mars 2026 : 17h - 20h

SALONS :

Nuit de l'orientation : 13 novembre 2025 à Mégacité Amiens

Salon du lycée et de l'étudiant : 9 et 10 janvier 2026 à Mégacité Amiens

1. Un rendez-vous téléphonique avec l'équipe de direction est programmé dans les semaines qui suivent ce premier contact afin de répondre aux éventuelles questions et **valider la pertinence du projet de formation**.

- **Si la pertinence est validée** : Prérequis, projet travaillé et mesuré, cohérence avec le référentiel de formation proposé par le campus Sacré cœur... Une convocation à une session d'admission est proposée et le candidat reçoit un mail qui précise la date, la durée, l'ordre du jour de cette demi-journée d'admission.
- **Si la pertinence n'est pas validée** : Prérequis non conformes, projet incertain, incohérence des attentes du candidat avec le référentiel de formation ... Une orientation est effectuée vers les services du CFA JEAN BOSCO ; CIO ; CIDJ ...

2. Lors de la demi-journée d'admission, le candidat est informé, documenté et participe à diverses activités qui lui permettent de mesurer et confirmer son choix de formation.

À l'issue, il est reçu en entretien par un jury composé de formateurs, d'étudiants et d'un membre de la direction.

3. 15 jours maximum après la journée d'admission, le candidat reçoit par mail la confirmation de son entrée en formation avec le lien d'inscription à la plateforme YPAREO.

Si la candidature n'est pas retenue ou le candidat décline sa demande d'admission, il reçoit la liste des acteurs de l'orientation du territoire susceptibles de l'aider.

APPRENANTS À BESOINS PARTICULIERS ET/OU EN SITUATION DE HANDICAP

Des mesures particulières concernant l'aménagement des épreuves peuvent être accordées par l'organisme certificateur aux apprenants présentant un handicap. Ces mesures particulières doivent faire l'objet d'une demande écrite et justifiée dès l'entrée en formation.

L'élève ayant un plan d'aménagement particulier est invité à nous le communiquer dès son inscription de manière à prendre en compte les éléments nécessaires et optimiser le confort de ses apprentissages. Notre établissement met un point d'honneur à accompagner chaque élève et chaque étudiant dans son entièreté, quelle qu'elle soit.

Pour de plus amples informations merci de contacter notre référente handicap Madame Maud LACASSAIGNE au 03.20.35.90.55.

Notre infirmière Madame Agnès MASEZLIN au 03 22 82 84 70

Ou notre responsable Campus Alternance Virginie VILLEROY pour la mise en œuvre opérationnelle **des aménagements au sein du campus comme en entreprise.**