

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-

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...).



PRÉREQUIS D'ENTRÉE EN FORMATION

La Certification professionnelle « Responsable du Développement Commercial » (RDC) est ouverte aux candidats titulaire d'un diplôme de niveau 4

Admission en 1ère année : Niveau Bac ou certification professionnelle de niveau 4 avec présentation à l'examen

Admission en 2ème année : être titulaire d'un diplôme de niveau 4 et d'une année de formation dans le supérieur en lien avec la certification professionnelle

Admission en 3ème année : 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.

Mis à jour en décembre 2025

INFOS PRATIQUES

- > 5 à 10 jours en cours / 3 semaines en entreprise
- > 550h 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).



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...



DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Responsable de business unit

Chargé d'affaires

Responsable de la relation client

Responsable commercial

Chef de produits

Responsable des ventes

POURSUITE D'ÉTUDES



École de commerce



Insertion
professionnelle

Entrepreneuriat

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



Modalités d'évaluation en cours de formation

(études de cas, exercices, oraux, évaluation en entreprise...)



Modalités de passage du diplôme

(forme ponctuelle, épreuves nationales écrites et orales).



Présence du CFA et/ou des tuteurs lors des jurys d'examens

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, abandons).



*Vivez l'expérience
CAMPUS
SACRÉ CŒUR*



RENTÉE
2025



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.

Retrouvez l'intégralité de la fiche de certification au lien suivant : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37849/>

Accédez aux informations concernant la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) via le lien suivant : <https://imcp.fr/la-vae/>

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.	• 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.1.2 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.	
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.	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.2.2 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	
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 : RNCP37849BCo3

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.	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.3.2 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.	
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.	

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://cfajeambosco-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.

PORTES 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.**

ANNEXE 3 : ÉQUIVALENCES ET PASSERELLES

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATION

RNCP36395 - Responsable de développement commercial

Bloc Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Blocs du Bachelor RNCP36395	RNCP36395BC01 - Elaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal RNCP36395BC02 - Elaboration et mise en oeuvre d'une stratégie de prospection omnicanale RNCP36395BC03 - Construction et négociation d'une offre commerciale RNCP36395BC04 - Management de l'activité commerciale en mode projet
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	L'intitulé est semblable ainsi que le code Nsf 312 Cependant la certification RNCP 37849 ne vise que le code Rome M1707 alors que la certification RNCP 36395 étend C1206 - Gestion de clientèle bancaire, C1102 - Conseil clientèle en assurances, M1707 - Stratégie commerciale et D1407 - Relation technico- commerciale De plus, elle regroupe également de manière différente les compétences. Par exemple, la certification RNCP36395 identifie un bloc pour la prospection et un autre pour l'offre commercial.
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP36610 - Responsable du développement commercial

Bloc Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Bloc la certification RNCP36610 :	RNCP36610BC01 - Elaborer un plan de développement commercial RNCP36610BC05 - Evaluer les résultats d'un plan d'actions commerciales dans une logique d'amélioration continue RNCP36610BC02 - Décliner la stratégie de développement du portefeuille client RNCP36610BC03 - Développer la relation client et fidéliser le portefeuille RNCP36610BC04 - Encadrer et animer une équipe commerciale
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	L'intitulé est semblable ainsi que le code Nsf 312 Cependant la certification RNCP 37849 ne vise que le code Rome M1707 alors que la certification RNCP 36610 étend à D1407 - Relation technico-commerciale et D1406 - Management en force de vente Plusieurs blocs sont équivalents. Cependant par rapport à la certification RNCP 36610 notre certification détaille de manière plus adéquate le plan d'actions commerciales, gardant dans un seul bloc les compétences dédiées à son élaboration, mise en place et contrôle
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP38123 - Responsable du développement commercial

Bloc Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise
Bloc Certification RNCP38123	RNCP38123BC02 - Développer et assurer le suivi de la performance commerciale RNCP38123BC01 - Contribuer à l'élaboration de la stratégie de développement commercial
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	L'intitulé est semblable ainsi que le code Nsf 312 Cependant la certification RNCP 37849 ne vise que le code Rome M1707 alors que la certification RNCP 38123 étend aux métier concernés par les codes Rome M1706 - Promotion des ventes, D1406 • Management en force de vente, M1704 - Management relation clientèle et M1707 • Stratégie commerciale Plusieurs blocs sont équivalents. Cependant par rapport à la certification RNCP 38123 notre certification détaille de manière plus adéquate le plan d'actions commerciales, gardant dans un seul bloc les compétences dédiées à son élaboration, mise en place et contrôle
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP38146 - Responsable commercial

Bloc Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise RNCP37849BC03 – Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Bloc certification RNCP 38146	RNCP38146BC02 - Mettre en oeuvre le développement commercial et son suivi RNCP38146BC01 - Définir la stratégie commerciale de l'entreprise RNCP38146BC05 - Manager et piloter une équipe commerciale
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	L'intitulé est proche et le code Nsf 312 est semblable. Cependant la certification RNCP 37849 ne vise que le code Rome M1707 alors que la certification RNCP 3816 s'étend à D1406 - Management en force de vente M1703 - Management et gestion de produit M1704 - Management relation clientèle M1706 - Promotion des ventes M1707 - Stratégie commerciale Plusieurs blocs sont équivalents. Cependant par rapport la certification RNCP 38146 a découpé les compétences en 5 blocs dont deux très différents (entre autres sur la dimension financière et sur la dimension digitale)
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP34465 - Chargé de gestion commerciale

Bloc Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Bloc Certification RNCP 34465	RNCP34465BC01 - Conduire une politique commerciale RNCP34465BC02 - Piloter un projet commercial (e-commerce, salon, exposition...) RNCP34465BC03 - Superviser une équipe et gérer un budget commercial RNCP34465BC04 - Gérer un service commercial - Bloc optionnel
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	L'intitulé souligne que le titulaire est davantage dans une démarche de réalisation que de responsabilité. Le découpage en bloc pas la démarche stratégique et la gestion du service commercial ne permet pas de mettre en place l'ensemble des compétences du bloc 3 de la RNCP37849. Les codes Nsf et Rome sont assez différents et l'organisation différente de bloc rend les équivalences moins efficaces et plus difficiles à mettre en place
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP35150 - Responsable du développement commercial France et International

Bloc certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Bloccertification RNCP35150	RNCP35150BC01 - Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international RNCP35150BC02 - Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients en France et à l'international RNCP35150BC04 - Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	Le code Nsf est légèrement différent et les code Rome sont plus étendus que le RNCP37849 avec D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises, D1406 - Management en force de vente, M1707 - Stratégie commerciale, D1407 - Relation technico-commerciale L'organisation différente des blocs rend les équivalences moins efficaces et plus difficiles à mettre en place
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP35106 - Responsable

Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales
Certification RNCP 35106 :	RNCP35106BC01 - Concevoir un plan de développement du marketing opérationnel et commercial ET RNCP35106BC02 - Déployer le plan d'action commercial et marketing multicanal sur une ou plusieurs zones d'affaires internationales
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	Le code Nsf est légèrement différent et le code Rome identique. Toutefois l'organisation différente des blocs, et la forte dimension internationale rendent les équivalences moins efficaces et plus difficiles à mettre en place. L'équivalence partielle ne se mesure que sur un bloc.
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP36294 - Responsable d'activités commerciales

Certification IMCP	RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Certification RNCP 36294	RNCP36294BC01 - Participer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise ou de l'organisation RNCP36294BC02 - Concevoir et mettre en oeuvre un plan de développement commercial RNCP36294BC03 - Définir et piloter les éléments budgétaires de développement commercial RNCP36294BC04 - Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	Le code Nsf est légèrement différent et il y a un code ROME en plus M1706 - Promotion des ventes. Toutefois l'organisation différente des blocs (en 9 blocs au lieu de 3 comme la RNCP37849), rend les équivalences moins efficaces et plus difficiles à mettre en place. L'équivalence partielle ne se mesure que sur 2 blocs.
Correspondance (oui/ non) :	Correspondance partielle

RNCP37075 - Chargé du développement commercial

Certification IMCP	RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Certification RNCP 37075 :	RNCP37075BC03 - Optimiser la relation client et manager une équipe commerciale RNCP37075BC02 - Développer et suivre la performance commerciale dans un contexte omnicanal RNCP36294BC04 - Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	Le code Nsf est identique mais le code Rome légèrement différents puisque en plus du M1707 - Stratégie commerciale on note D1406 - Management en force de vente et D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises Une des principales différences par rapport aux autres certifications est liée au fait que nous avons présenté le déploiement de l'ensemble des stratégies commerciale de l'entreprise dans le bloc 2 (ex. la proposition commerciale sur mesure, la stratégie de prospection omnicanale, la stratégie de négociation commerciale, le développement du portefeuille clients, la stratégie de fidélisation des clients, stratégie de relation client, les partenariats commerciaux gagnant-gagnant).
Correspondance (oui/non) :	Correspondance partielle

RNCP34184 - Responsable Technico-Commercial

Certification IMCP	RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale
Certification RNCP34184 :	RNCP34184BC03 - Négociation et vente des projets d'affaires RNCP34184BC04 - Déploiement d'une stratégie de développement commercial RNCP34184BC05 - Gestion et coordination de l'activité technico-commerciale
Analyse synthétique de la correspondance (écart / convergence) :	Les périmètres métiers est différent avec des codes ROME D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises D1406 - Management en force de vente D1407 - Relation technico-commerciale Toutefois l'organisation différente des blocs, et la forte dimension internationale rendent les équivalences moins efficaces et plus difficiles à mettre en place.
Correspondance (oui/non) :	Correspondance partielle