BACHELOR
RESPONSABLE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Titre RNCP 36395 - Niveau 6 (BAC+3)

RDC

CCI BAYONNE PAYS BASQUE
Euskal Herri
1er ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

INFOS PRATIQUES

Lieu de formation

CCI Formations
CCI Bayonne Pays Basque
50/51 Allées Marines - 64100 Bayonne
05 59 46 58 03
cciformations@bayonne.cci.fr
www.cciformations-bayonne.com

Référents

Référent Formation
Damien ORIOU
05 59 46 58 07
d.oriou@bayonne.cci.fr

Référent Apprentissage
Camille PEALAPRA
05 59 46 58 23
c.pealapra@bayonne.cci.fr

Référent Handicap
Emmanuelle POURTAU
05 59 46 59 04
e.pourtau@bayonne.cci.fr

SOMMAIRE

PAGE 01- Introduction

PAGE 02- Domaines d'activité

PAGE 04- Objectifs

PAGE 04- Compétences visées

PAGE 05- Public, conditions d'admission et financement

PAGE 07- Méthode pédagogique

PAGE 08- Période en entreprise pendant la formation

PAGE 09- Référentiel

PAGE 10- Contenu de la formation

PAGE 15- Dispositif de certification

PAGE 16- Tarif

INTRODUCTION

Points forts de la formation

Une formation qui combine **apports théoriques et mises en pratique** en lien direct avec la réalité du terrain permettant de rendre opérationnels les apprenants en fin de cursus. Des intervenants **experts** dans leurs domaines respectifs

La formation s'articule autour de 3 blocs de compétences permettant d'avoir une vision à 360° du métier de responsable développement commercial.

Résultats attendus

Définir puis déployer la stratégie commerciale de l'entreprise afin de développer le portefeuille client et le chiffre d'affaires, par la prospection terrain, la négociation en face à face et le management de projet.

DOMAINES D'ACTIVITÉ

Description des activités

Mettre en œuvre la politique commerciale définie par la direction d'entreprise

Élaborer et conduire un plan d'actions commercial

Organiser sa prospection

Proposer et négocier les offres avec les clients.

Intervenir sur des offres complexes nécessitant l'élaboration de solutions «sur mesure», adaptées aux besoins du client ou aux projets de l'entreprise.

Désignation du métier et des fonctions

- Actions de recueil d'informations
- Identifier les évolutions et tendances en émergence
- Définir le plan des actions opérationnelles à mener
- Structurer les actions à conduire en déterminant pour chacune, les objectifs à atteindre
- Effectuer le report de son activité
- Détecter les marchés potentiels privés et publics
- Sélectionner les actions de prospection pertinentes et innovantes
- Organiser le plan de prospection
- Conduire des entretiens de découverte
- Analyser les résultats
- Effectuer le diagnostic du client/prospect
- Construire une solution adaptée
- Calculer le coût de revient
- Élaborer plusieurs scénarios de négociation
- Animer des réunions

OBJECTIFS

Définir puis déployer la stratégie commerciale de l'entreprise afin de développer le portefeuille client et le chiffre d'affaires, par la prospection terrain, la négociation en face à face et le management de projet.

COMPÉTENCES VISÉES

- Développer sa capacité d'analyse et de veille
- Développer son organisation
- Savoir identifier les priorités
- Développer sa capacité d'écoute
- Savoir faire preuve d'empathie
- Être bon communicant
- Savoir convaincre
- Savoir gérer un projet
- Savoir animer une réunion

PUBLIC, CONDITIONS D'ADMISSION ET FINANCEMENT

Prérequis

Justifier d'un niveau 5 validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.
OU
Justifier de 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Modalités de financement

Cette formation peut être financée dans le cadre :

De l'alternance (contrat de professionnalisation et contrat d'apprentissage)	Du CPF de transition professionnelle
D'un financement individuel	Du compte personnel de formation (CPF)

Salarié en contrat de professionnalisation, salarié en Pro A, CPF de Transition Professionnelle, demandeur d'emploi, apprentissage.

Délais et modalités d'inscription

Présenter un dossier de candidature complet comportant toutes les preuves relatives aux pré-requis au plus tard 7 jours avant le début de la formation.

Passer les tests de positionnement (bureautique - orthographe - métier).

Matériel recommandé

Afin de faciliter le travail personnel entre les journées de formation et de suivre des cours en distanciel en cas d'impératif liés à la situation sanitaire ou pour des raisons de santé, il est recommandé de disposer d'un ordinateur personnel avec une connexion à internet (et, dans l'idéal, équipé du Pack Office le plus récent).

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Partages d'expériences et exercices d'applications nombreux et sur des sujets variés pour montrer l'adaptabilité des outils et faciliter leur utilisation ultérieure.
L'objectif est de rapprocher les concepts et théories à la réalité du terrain d'application des stagiaires.

Le travail personnel en dehors des journées de formation joue un rôle capital dans le développement des compétences visées. Il permet de les renforcer ou de pallier certaines difficultés qui pourraient ralentir la progression.

Des supports de cours et exercices sont communiqués par chaque intervenant afin de favoriser le travail personnel entre les journées de formation.

Un rythme alterné entre la formation et l'entreprise pour permettre une application immédiate.

Un suivi personnalisé et des évaluations régulières permettent de mesurer la progression et de valider les compétences du participant.

Horaires
de 8h45 à 12h15
et de 13h30 à 17h
(7h de formation
par jour)

PÉRIODE EN ENTREPRISE PENDANT LA FORMATION

Formation continue

Les participant(e)s à la formation doivent réaliser une période en entreprise à partir du quatrième mois de formation au plus tard.

Pour les personnes demandeuses d'emploi, la période en entreprise s'effectuera sous forme de stage. La recherche de stage est effectuée par le futur stagiaire. Le stage donnera lieu à la réalisation d'une convention de stage entre le stagiaire, l'entreprise et le centre de formation.

Formation en apprentissage

Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail à durée déterminée accessible aux jeunes de 16 à 29 ans révolus, et sans limite d'âge pour les personnes en situation de handicap. L'apprenti a le statut de salarié.

RÉFÉRENTIEL

	Jours	Heures
BLOC 1 - Élaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal	17 j	119 h
M1.1 - Exercer une fonction de veille et anticiper les tendances	2 j	14 h
M1.2 - Analyser les profils et comportements de ses clients	2 j	14 h
M1.3 - Définir des actions marketing et commerciales innovantes	3 j	21 h
M1.4 - Elaborer le plan d'action commercial omnicanal	6 j	42 h
M1.5 Rédiger un plan d'action commercial argumenté	4 j	28 h
Sous-total Formation	17 j	119 h
Évaluation	0 j	0 h
BLOC 2 - Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de prospection omnicanale	12j	84 h
M2.1 Identifier les marchés et les cibles à prospecter	3 j	21 h
M2.2 Construire le plan de prospection omnicanale	2 j	14 h
M2.3 préparer les actions de prospection	2 j	14 h
M2.4 conduire des entretiens de prospection	4 j	28 h
M2.5 Analyser les résultats de prospection	1 j	7 h
Sous-total Formation	12 j	84 h
Évaluation	1 j	7 h
BLOC 3 - Construction et négociation d'une offre commerciale	19 j	133 h
M3.1 Diagnostiquer les besoins du client	2 j	14 h
M3.2 Construire et chiffrer une offre adaptée	4 j	28 h
M3.3 Argumenter son offre commerciale	3 j	21 h
M3.4 Elaborer une stratégie de négociation	3 j	21 h
M3.5 Conduire une négociation commerciale	5 j	35 h
M3.6 Contractualiser la vente	1 j	7 h
M3.7 Evaluer le processus de négociation	1 j	7 h
Sous-total Formation	19 j	133 h
Évaluation	1 j	7 h
BLOC 4 - Management de l'activité commerciale en mode projet	12 j	84 h
4.1 Travailler en mode projet	3 j	21 h
4.2 Organiser et mobiliser une équipe projet	2 j	14 h
4.3 Coordonner et animer l'équipe du projet commercial	5 j	35 h
4.4 Evaluer la performance des actions commerciales	2 j	14 h
Sous-total Formation	12 j	84 h
Évaluation	1 j	7 h
Modules complémentaires	16 j	112 h
Bureautique	5 j	35 h
Marketing digital	4 j	28 h
Français	4 j	28 h
TRE (Technique de Recherche d'Emploi)	3 j	21 h
BLOC PROFESSIONNEL	1 j	7 h
Préparation aux soutenances	1 j	7 h
Sous-total Formation	1 j	7 h
Évaluation	1 j	7 h
Volume Évaluation	4 j	28 h
Volume Formation	77 j	539 h
Volume Global	81 j	567 h
Volume Entreprise (en continue / en apprentissage)	40 j / 172 j	280 h / 1204 h

CONTENU DE LA FORMATION

BLOC 1

Élaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal

- Exercer une fonction de veille sur son secteur d'activité et sur la concurrence, en mettant en place les techniques permettant l'acquisition, la gestion et l'exploitation optimales des flux d'informations au moyen d'outils digitaux, afin d'identifier les évolutions et tendances en émergence et d'en repérer les menaces et opportunités.
- Analyser les comportements d'achat des clients de son entreprise, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (GRC).
- Identifier les actions marketing et commerciales innovantes à mettre potentiellement en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en s'assurant de leur cohérence avec la stratégie de son entreprise et avec ses analyses du contexte
- Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux, en évaluant leur intérêt respectif et en posant des arbitrages fondés sur la cohérence de leur articulation dans une logique omnicanal.
- Structurer le plan d'action commercial omnicanal à conduire, en déterminant les objectifs à atteindre

Évaluations

Constitution et rédaction d'un « Dossier de développement commercial ».

Méthodes

Faire pratiquer des exercices de questionnement, travailler en ateliers à base de cas pratiques d'entreprise.

BLOC 2

Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de prospection omnicanale

- Identifier les marchés potentiels privés et publics porteurs d'opportunités pour son entreprise, en respectant les orientations stratégiques définies par sa hiérarchie et le plan d'action commercial omnicanal établi, afin de sélectionner ceux sur lesquels se positionner au regard de leur potentiel de développement.
- Déterminer les cibles du plan de prospection omnicanale en cohérence avec les objectifs de développement commercial définis avec sa hiérarchie, en analysant les données numériques internes et externes disponibles concernant les entreprises à démarcher et en les hiérarchisant en fonction de leur adéquation aux critères de ciblage, afin d'identifier les actions et canaux adéquats pour les approcher.
- Sélectionner les actions de prospection omnicanale à mettre en œuvre, en choisissant les différents canaux à utiliser de façon coordonnée (numérique, téléphonique, physique, événementiel)
- Organiser le plan de prospection omnicanale, en fixant les objectifs à atteindre et en hiérarchisant et planifiant les actions à conduire.
- Réaliser ou superviser la production des supports de communication adaptés aux différents canaux utilisés.

Évaluations

Un plan stratégique de prospection omnicanale

Une analyse des résultats d'une action de prospection

Méthodes

Faire pratiquer des exercices de questionnement, travailler en ateliers à base de cas pratiques d'entreprise.

BLOC 3

Construction et négociation d'une offre commerciale

- Analyser les spécificités et caractéristiques d'une demande ou d'une opportunité commerciale avec un client/prospect, en opérant une prise d'informations complémentaires permettant l'évaluation de son sérieux et de sa solvabilité, afin d'identifier et de qualifier les risques de l'affaire potentielle.
- Réaliser le diagnostic des besoins du client/prospect, en conduisant le ou les entretien(s) de découverte selon un comportement approprié et, le cas échéant, adapté à un interlocuteur en situation de handicap et en clarifiant la nature de ses attentes, freins et motivations, afin de déterminer l'intérêt de poursuivre l'affaire et d'en faire un client de son entreprise.
- Conseiller le client/prospect sur de nouvelles propositions de produits/services innovantes, en lui présentant les avantages qu'elles recèlent en matière d'intégration des évolutions de son marché et d'amélioration de son positionnement vis-à-vis de la concurrence, afin de développer le potentiel commercial de son portefeuille de clients.
- Construire une solution produit/service adaptée aux besoins du client/prospect, en tenant compte de ses potentialités et enjeux définis au cours du diagnostic et en combinant les différentes possibilités commerciales offertes par les prestations de son entreprise dans le respect du cadre législatif en vigueur, afin de la présenter au client/prospect.
- Etablir le chiffrage financier de la solution commerciale envisagée.

Évaluations

Une proposition commerciale s'appuyant sur un entretien de découverte du client, intégrant

- la définition de son besoin et l'évaluation des risques liés à sa demande,
- une offre commerciale de produit/service adaptée au besoin du client,
- l'argumentaire de présentation de l'offre commerciale.

La conduite d'une négociation commerciale

Méthodes

Faire pratiquer des exercices de questionnement, travailler en ateliers à base de cas pratiques d'entreprise.

BLOC 4

Management de l'activité commerciale en mode projet

- Analyser les actions commerciales à mettre en oeuvre et les besoins qui en résultent, en évaluant les solutions, les compétences et les moyens humains nécessaires à leur réalisation, afin de constituer les équipes projet adéquatement dimensionnées à impliquer dans leur réalisation.
- Définir l'organisation des actions commerciales à mettre en oeuvre, en choisissant une méthode de conduite de projet adaptée à leurs conditions et objectifs de réalisation et en établissant la répartition des rôles et missions attribués à chacun des membres du collectif, afin de favoriser l'atteinte des objectifs fixés et de contribuer à la prévention des risques liés à la nature de chaque action.
- Déterminer les modes de collaboration au sein du collectif mobilisé et les adaptations à prévoir en matière d'organisation et de moyens techniques, en analysant les profils et spécificités des membres de l'équipe projet et en identifiant en conséquence leurs besoins particuliers, notamment pour les professionnels en situation de handicap, afin de bâtir un cadre de travail et de collaboration garantissant à chacun, quelles que soient ses caractéristiques, les conditions d'accessibilité et d'autonomie favorisant sa contribution au collectif.

Évaluations

Dossier d'organisation d'un planning de projet commercial et une épreuve orale, qui prend la forme d'une animation de réunion de gestion de projet commercial.

Méthodes

Partages d'expériences et exercices d'applications nombreux et sur des sujets variés pour montrer l'adaptabilité des outils et faciliter leur utilisation ultérieure.

PÉRIODE EN ENTREPRISE

Rythme

2 jours en centre de formation + 3 jours en entreprise avec variantes si statut apprenti.

Évaluation

Écrit : dossier professionnel
Oral : soutenance du dossier professionnel
Situationnel : évaluation de l'entreprise

DISPOSITIF DE CERTIFICATION

VALIDATION TOTALE

La certification totale est délivrée si le candidat obtient 10 de moyenne générale avec une note d'évaluation professionnelle d'au moins 10/20
(150 points) sous réserve de ne pas avoir obtenu une note inférieure à 8 sur l'un des 4 blocs (note éliminatoire).

VALIDATION PARTIELLE

VALIDATION PARTIELLE DE LA CERTIFICATION, AVEC REMISE DE « CERTIFICAT DE BLOC ».

Dans l'hypothèse où le candidat obtient une moyenne générale égale ou supérieure à 10 mais une note inférieure à 8/20 (note éliminatoire) dans un ou plusieurs blocs, il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20.

Dans l'hypothèse où le candidat n'obtient pas 10 de moyenne générale, il n'obtient pas la certification totale, mais il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20, pour une durée de 5 ans.

CERTIFICATEUR

Negoventis
LES FORMATIONS DES CCI AUX METIERS COMMERCIAUX

Date d'enregistrement : 25/04/2022

Titre RNCP Niveau 6

«Responsable de développement commercial»
Arrêté du 8 décembre 2017 publié au JO du 21 décembre 2017

Validation totale du titre

Les blocs 1, 2, 3 et 4 doivent obligatoirement être validés.

Possibilité de présenter les blocs séparément

Évaluations finales

Toutes les épreuves sont présentées sous la forme d'une étude de cas d'entreprise qui se décompose en dossiers thématiques ou d'une épreuve orale.
Un soin tout particulier sera porté à la clarté rédactionnelle, à la lisibilité des documents annexés, à la présentation ainsi qu'à l'orthographe.

Taux de réussite : 84%

(de 2017 à 2023)

Taux d'insertion : 88%

(de 2017 à 2023)

Equivalences

Titre professionnel RNCP niveau 6 (Bac+3)

Suites de parcours

Titre professionnel RNCP niveau 7 (responsable commercial, développeur commercial, chargé d'affaires, technico-commercial)

TARIF

5 900€

RDC