Bac +3 Responsable Du Développement Commercial (RDDC)

Présentation

L'alternance c'est opter pour un enseignement de bon niveau, une expérience professionnelle et une rémunération

Code titre : RDDC

Code RNCP : RNCP 38505

Code NSF : 312p

Code diplôme : 34572 : Négociation grand compte / 34085 : Stratégie commerciale

Crédits ECTS : 60

Objectifs

Le Responsable du Développement Commercial est un acteur du développement stratégique et de la croissance de l'entreprise. Par conséquent, l'objectif de la certification est de permettre aux candidats de développer une vision opérationnelle des activités de la société et de les articuler sur les dimensions développements et commerciales. L'hybridation et l'élargissement des compétences dans ce secteur conduisent le Responsable du Développement Commercial à exercer une fonction essentielle de chef de projet et de chef d'orchestre capable de faire collaborer des services fonctionnels et transverses au service de la croissance de l'entreprise, du client et de sa satisfaction.

Les attentes en matière de relation client ont ainsi fait évoluer le responsable commercial en un acteur du suivi global du développement commercial, des ventes, de la relation et de l'expérience client dans un contexte caractérisé par :

- La transformation digitale, impactant les processus commerciaux et la relation client.
- La nécessité d'unifier la démarche commerciale et ses liens avec la démarche marketing dans une fonction cohérente spécifiquement dédiée au développement commercial et à la valorisation des actifs de l'entreprise.
- L'élargissement des fonctions à l'ensemble de la relation et de l'expérience client, ainsi qu'à l'évolution du modèle managérial.

Activités visées :

Elaboration de la stratégie opérationnelle de développement commercial et marketing omnicanal d'un domaine d'activité stratégique en France et/ou à l'international

Conception et présentation du plan d'action commercial et marketing de l'activité en France et ou à l'international

Optimisation continue du business plan et des éléments de suivi du plan d'action commercial

Mise en œuvre de la stratégie commerciale, RSE et marketing de l'entité d'une entreprise en France et ou à l'international

Organisation et planification de l'activité commerciale de l'entité d'une entreprise

Pilotage de l'activité commerciale

Suivi de la relation client

Suivi financier de l'activité commerciale

Gestion des ressources humaines d'une équipe commerciale

Coordination et gestion des équipes

Collaboration avec une équipe diversifiée en réduisant l'impact environnemental.

Evaluation continue de l'efficience de la stratégie marketing digitale fondée sur l'innovation Participation à l'élaboration de nouveaux processus, idées, produits/services en mode agile

Mise en place d'actions de communication relevant du marketing de l'innovation, intégrant les dimensions sociétales et environnementales

Choisir cette formation vous permet de :

Obtenir un Titre à finalité professionnelle « Responsable Du Développement Commercial » de Niveau VI Code NSF : 312p, enregistré eu RNCP38505 par décision de France Compétences en date du 21/12/2023, délivré par ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION.

Apprendre au contact de formateurs expérimentés
Acquérir des compétences professionnelles
Développer des savoir-être et des savoir-faire
Concevoir des projets motivants

Les MÉTIERS VISÉS

Le Responsable du Développement Commercial est un acteur stratégique du développement et de la croissance de l'entreprise Exerçant dans un environnement de travail en constante évolution, la fonction commerciale dans son ensemble est caractérisée par une dynamique d'élargissement de son champ de compétences initial principalement occasionné par la transformation digitale croissante des processus métiers, des entreprises. L'hybridation et l'élargissement des compétences dans ce secteur conduisent le Responsable du Développement Commercial à exercer une fonction essentielle de chef de projet et d'orchestre capable de faire collaborer des services fonctionnels et transverses au service de la croissance de l'entreprise, du client et de sa satisfaction dans toutes les dimensions de l'expérience client. Le responsable du développement commercial exerce dans tous types de secteurs et de tailles d'entreprise avec une forte représentation en PME et ETI.

Type d'emplois accessibles :

Les types d'emplois visés par le projet de renouvellement sont les suivants :

Responsable du Développement Commercial

Responsable commercial/marketing / de comptes, de comptes-clés

Responsable succès et expérience client

Conseiller commercial/ Attaché commercial

Chef de projet commercial/marketing/ business analytics

Développeur commercial/international/export

Pour qui ?

Niveau exigé

Les modalités d'admission définies sont :

- Soit être titulaire d'un diplôme de niveau 5

- Soit être titulaire d'un diplôme de niveau 6 dans un autre domaine que celui du commerce et marketing/communication avec présentation d'un dossier de travaux et expériences professionnelles permettant d'évaluer le niveau du candidat.

Le cursus préparant à la Certification professionnelle « Responsable Du Développement Commercial » (RDDC) s'adresse prioritairement aux candidats titulaires d'un Bac + 2 ou d'une certification professionnelle niveau 5 validée.

Compétences attestées :

La certification professionnelle « Responsable Du Développement Commercial » se compose des 4 blocs de compétences suivants :

Bloc 1 : DÉFINIR LA STRATÉGIE OPÉRATIONNELLE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL D'UNE ENTREPRISE

•Réaliser une analyse de son marché au moyen d'un diagnostic stratégique et d'une veille stratégique afin d'identifier les forces, faiblesses ainsi que les opportunités et menaces de son/ses domaine(s) d'activité
• Identifier les parties prenantes internes et externes en réalisant un recensement systématique des acteurs clés sur l'activité commerciale afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité économique et commerciale de son périmètre
• Hiérarchiser les cibles en tenant compte des volumes et de la rentabilité afin de prioriser les actions à mettre en œuvre
• Définir les objectifs du plan de développement commercial en prenant en compte les objectifs stratégiques, les moyens mis à disposition et l'horizon temporel du développement attendu afin de structurer le cadre opérationnel du business plan.
• Planifier les différentes actions à mettre en œuvre en respectant les contraintes financières, techniques et humaines nécessaires pour atteindre les objectifs fixés au terme du plan
• Présenter le plan de stratégie commerciale et marketing de son périmètre au moyen d'un dossier construit dans l'objectif d'obtenir une validation des moyens financiers nécessaires et humains pour mettre en œuvre la stratégie commerciale et son plan d'action associé

• Réaliser une veille concurrentielle, commerciale, technique et technologique continue en recoupant divers flux et canaux d'informations afin de disposer d'une analyse permanente et pertinente de l'environnement concurrentiel de son périmètre et relayer l'information auprès de la direction
• Proposer les ajustements du plan de stratégie commerciale en tenant compte de la veille et des niveaux de réalisation des objectifs dans le but d'assurer la cohérence entre la stratégie, les moyens et les résultats et soumettre ces propositions à la direction

Bloc 2 : DÉPLOYER LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL D'UNE ENTREPRISE

•S'approprier le discours commercial et les supports de vente en fonction des évolutions du produit afin de promouvoir l'image et la notoriété de l'entreprise dans le cadre de présentations commerciales.

• Concevoir un plan de prospection commerciale ciblé à partir des objectifs et des moyens afin d'atteindre les niveaux d'objectifs validés dans le cadre de la stratégie commerciale et marketing de son périmètre.

• Réaliser un plan d'action commercial au moyen d'une analyse de marché afin d'atteindre les objectifs commerciaux validés dans le cadre de la stratégie commerciale de l'entité d'une entreprise.
• Organiser le développement ciblé d'un portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client de l'entreprise afin d'identifier des prospects.

• Réaliser un entretien commercial adapté au contexte en respectant la trame commerciale de son entreprise afin d'élaborer une proposition commerciale chiffrée et complète correspondant aux besoins du client.

• Formaliser une proposition commerciale chiffrée et complète, en accord avec la stratégie commerciale et le positionnement de l'entreprise au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin de répondre aux besoins du client.

• Mener les négociations de vente au moyen des techniques adaptées afin d'ajuster une proposition commerciale aux besoins du client.

• Optimiser la gestion de la relation client au moyen des outils de management commercial mis à disposition par l'entreprise afin de satisfaire les clients, créer de la valeur et générer de la marge.

• Gérer les réclamations/litiges au moyen d'outils adaptés afin de renforcer la relation client et assurer la fidélisation client.

• Concevoir un budget commercial au moyen d'outils adaptés et à partir d'hypothèses en matière de prix de vente et marge afin de structurer l'activité commerciale et les actions à déployer

• Piloter le budget commercial au moyen d'indicateurs de performance clé (KPI) et de tableaux de bord afin de suivre et évaluer l'évolution de la trajectoire commerciale.

Bloc 3 : MANAGER LES ÉQUIPES COMMERCIALES ET FONCTIONNELLES D'UNE ENTREPRISE

•Participer aux activités de recrutement du personnel en collaborant avec le service RH afin d'aligner ses actions avec la politique RH, les objectifs fixés, les règles de droit et les règles de fonctionnement internes de l'entreprise

• Coordonner la répartition des tâches d'une équipe commerciale au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés

• Développer les compétences et niveau de formation de son équipe en lien avec le service RH en communiquant la stratégie à adopter et en contrôlant régulièrement les résultats et l'utilisation des moyens techniques mobilisés afin de soutenir le développement de l'activité

• Accompagner individuellement les membres de l'équipe en partant des besoins et objectifs du groupe afin d'optimiser la performance collective et la qualité des relations internes

• Animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe

• Communiquer sur les réseaux professionnels et d'affaires en créant et relayant de l'information dans le but de promouvoir l'entreprise, conforter son image et développer le portefeuille clients

• Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de son équipe en réévaluant la performance opérationnelle au regard des moyens et du contexte afin de proposer des plans d'optimisation

• Contrôler la performance de l'équipe au moyen de suivi d'indicateurs afin de maintenir une qualité de service optimum

• Gérer les équipes en tenant compte de la diversité et des situations de handicap dans l'objectif de créer un environnement de travail inclusif et une cohésion d'équipe

Bloc 4 : CONTRIBUER A L'INNOVATION D'UNE ENTREPRISE EN MODE AGILE

•Impulser des évolutions et innovations de développement commercial et marketing créatives et originales en faisant remonter des informations du terrain afin de contribuer à l'émergence de projets innovants, agiles et créateurs de valeur
• Mettre en œuvre une méthode de gestion de projet d'affaires agile à l'aide d'outils de gestion de projet mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser le travail collaboratif, la circulation de l'information interne et l'avancement des projets
• Coopérer avec les fonctions transverses /support en partageant de l'information et remontant les problématiques issues du terrain afin d'optimiser la mise en œuvre des projets innovants
• Présenter les projets de développement d'affaires innovants de l'entreprise en les défendant auprès de la direction commerciale et marketing afin de répondre aux besoins de l'activité commerciale
• Intégrer la stratégie RSE dans les actions de communication de l'innovation commerciale et marketing en s'appuyant sur les valeurs sociétales et environnementales de l'entité afin de renforcer l'image de l'entreprise et son impact.
• Mettre en œuvre la stratégie marketing digital d'une entreprise en utilisant les innovations en matière de IA/DATA afin d'accroître la visibilité, la notoriété de l'entreprise et augmenter les ventes
• Mesurer l'efficacité de communication de l'innovation au moyen d'indicateurs afin d'évaluer l'impact des actions de communication des projets d'innovation auprès des cibles

Procédure d'admission

L'admission se fait en 2 temps :

Le téléchargement de la fiche de candidature

Un entretien de motivation avec un membre de l'équipe pédagogique

Téléchargez la fiche de candidature et renvoyez-la à ufa@svp-nice.com

Durée et rythme

La formation se déroule par alternance (contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage) de 12 mois maximum de septembre à août.
Le contrat peut débuter 3 mois avant le début de la formation et se terminer jusqu'à 2 mois après la fin des cours.

Cours = 10 mois de septembre à juin pour un total de 511 heures

Rythme d'alternance :

1 semaine en entreprise + 1 semaine en centre de formation

Rémunération et coût de formation :

L'apprenti perçoit une rémunération correspondant à un pourcentage du Smic (Smic : Salaire minimum interprofessionnel de croissance) qui varie en fonction de son âge et de sa progression dans le cycle de formation.

Situation	**16 à 17 ans**	**18-20 ans**	**21-25 ans**	**26 ans et plus**
1re année	27% du Smic, soit **486,49 €**	43% du Smic, soit **774,77 €**	Salaire le + élevé entre 53% du Smic, soit **954,95 €** et 53% du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.	100% du Smic Salaire le + élevé entre le Smic: Smic : Salaire minimum interprofessionnel de croissance(**1 801,80 €**) et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.
2e année	39% du Smic, soit **702,70 €**	51% du Smic, soit **918,92 €**	Salaire le + élevé entre 61% du Smic, soit **1 099,10 €** et 61% du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.	100% du Smic Salaire le + élevé entre le Smic: Smic : Salaire minimum interprofessionnel de croissance(**1 801,80 €**) et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.

3e année	55% du Smic, soit **990,99 €**	67% du Smic, soit **1 207,21 €**	Salaire le + élevé entre 78% du Smic, soit**1 405,40 €** et 78% du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.	100% du Smic Salaire le + élevé entre le Smic: Smic : Salaire minimum interprofessionnel de croissance(**1 801,80 €**) et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.

L'apprenti préparant un Bachelor professionnel en 1 an bénéficie d'une rémunération correspondant à une 2e année de contrat.

Ces montants peuvent être majorés si un *accord collectifAccord collectif conclu au niveau d'une branche professionnelle.* applicable dans l'entreprise fixe une rémunération minimale plus élevée.

La formation est gratuite pour l'alternant. Le coût de la formation est pris en charge par l'employeur via son OPCO

Programme

¤ DÉFINIR LA STRATÉGIE OPÉRATIONNELLE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL D'UNE ENTREPRISE

¤ DÉPLOYER LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL D'UNE ENTREPRISE

¤ MANAGER LES ÉQUIPES COMMERCIALES ET FONCTIONNELLES D'UNE ENTREPRISE

¤ CONTRIBUER A L'INNOVATION D'UNE ENTREPRISE EN MODE AGILE

Évaluation de la formation

Les évaluations sont sous la responsabilité du centre de formation.

Les formateurs mettre en place des contrôles continus pour leur matière.

EPREUVES DU RDC
.Bloc de Compétences 1 :
« Stratégie de développement commercial » : Ecrit + oral
.Bloc de compétences 2 :
« Pilotage du développement commercial » Ecrit + oral
« Entretien découverte et qualification du besoin » Oral (100%)
« Négociation client » Oral (100%)
.Bloc de compétences 3 :
« Recruter et former » Jeu de rôle + Ecrit (100%)
« Réunion d'équipe » Ecrit + Oral (100%)
.Bloc de compétences 4 :
« Innovation à valeur ajoutée » Ecrit + Oral (100%)
« Communication RSE » Ecrit + Oral (100%)

. EPREUVE COMPLEMENTAIRE :

« Dossier professionnel » Ecrit + Oral (100%)

CONDITIONS DE VALIDATION :

La moyenne du bloc doit être supérieure ou égale à 10/20 pour la valider.

Pour obtenir le titre, le candidat doit valider tous les blocs de compétences.

LES CONDITIONS DE RATTRAPAGE :

Après ajournement, le candidat peut se présenter au rattrapage dans la limite d'une fois par an et par épreuve.

Seules les blocs non validés peuvent faire l'objet d'un rattrapage.

La note de rattrapage annule et remplace la précédente.