

RESPONSABLE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL – LUXURY BUSINESS

(Document non contractuel, ces renseignements peuvent donner lieu à des modifications)

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Responsable de Développement Commercial (RDC), exerce au sein d'entreprises, d'établissements ou d'agences relevant de secteurs extrêmement diversifiés comme l'industrie, l'immobilier, les transports, les communications, la banque, l'assurance, les prestations d'ingénierie et de conseil, les médias, les hautes technologies, Selon le secteur d'activités, la clientèle du RDC peut être composée de particuliers ou d'entreprises. Le Responsable de Développement Commercial exerce les domaines d'activités suivants

A/ Gestion et développement commercial

L'exercice d'une fonction de veille, l'analyse du marché, des produits, du comportement d'achat et des attentes clients, la conception du plan d'actions, la mise en œuvre et le suivi des actions, le suivi et l'analyse des ventes, le choix de nouvelles orientations ou action, le reporting des activités auprès de la direction

B/ Prospection, analyse des besoins et négociation d'une offre

Le choix des actions selon les cibles visées, l'organisation opérationnelle de la prospection, la définition des modalités de suivi, le recueil d'informations sur les cibles en amont et en cours de prospection, le recueil d'informations sur les entreprises prospects et l'évaluation de leur solvabilité, le repérage du processus décisionnaire et des acteurs pertinents, l'analyse de la demande, de l'offre et le repérage des besoins sous-tendus, la construction d'une offre adaptée et la rédaction de la proposition, le développement d'un argumentaire lié à l'offre, l'élaboration de sa stratégie de négociation, le choix des leviers sur lesquels agir la construction de scénarios de négociation, la conduite de la négociation et sa conclusion, l'analyse de la négociation réalisée et des résultats atteints

C/ Management d'une action commerciale en mode projet

L'analyse des compétences à mobiliser, la structuration de la conduite de l'affaire en mode projet, la planification du projet, l'animation de réunion projet, le suivi du projet et l'évaluation des résultats

RECONNAISSANCE

Titre : RESPONSABLE DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Code RNCP: 29535

Code France Compétences : 26C3120J

NSF : 26C3120J

Niveau de sortie : niveau 6 (nomenclature européenne)

L'obtention du diplôme nécessite la validation de : 4 blocs de compétences

PUBLIC CONCERNÉ ET CONDITIONS D'ACCÈS

Toute personne titulaire :

- D'un niveau 6 validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement
- Ou 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ

Bloc A – GÉRER ET ASSURER LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	168 heures
MA1 - Conduire un projet	
MA2 - Assurer une veille du marché	
MA2BIS - Nouveaux marchés : HBJO	
MA3 - Créer des tableaux de bord	
MA3 bis - Analyser des indicateurs	
MA4 - Exploiter des données marketing au service de la stratégie commerciale	
MA5 - Elaborer un plan d'actions commerciales	
MA6 - Elaborer un budget prévisionnel	
MA7 - Cross cultural	
MA8 – Prendre en compte la RSE dans le développement de son entreprise	
MA9 - Olfaction	
Bloc B – PROSPECTER, ANALYSER LES BESOINS ET NÉGOCIER UNE OFFRE	203 heures
MB1BIS - Événementiel dans l'univers du luxe	
MB1 - Recueillir des données pour détecter les marchés potentiels	
MB2 - Définir une stratégie et un plan de prospection	
MB3 - Maîtriser les principaux outils de prospection et d'analyse	
MB4 - Conduire un entretien de découverte	
MB5 - Réaliser un diagnostic client	
MB6 - Construire une offre technique et commerciale	
MB7 - Evaluer l'impact financier de la solution proposée	
MB8 - Construire l'argumentaire de vente	
MB9 - Préparer différents scénarii de négociation	
MB10 - Maîtriser les techniques de communication nécessaires à la négociation	
MB11 - Négocier en tenant compte des acteurs clés et des objections	
MB12 - Contractualiser l'offre en respectant la législation en vigueur	
Bloc C - MANAGER UNE ACTION COMMERCIALE EN MODE PROJET	140 heures
MC0 - Création d'un pop-up store dans l'univers du luxe	
MC1 - Maîtriser les outils de gestion de projet	
MC2 - Organiser et mettre en place une équipe projet	
MC3 - Assurer le leadership du projet en utilisant les outils du management transversal	
MC4 – Animer une réunion dans le cadre d'un projet	
MC5 - Evaluer et analyser les résultats d'un projet	
Dossier mémoire	
TOTAL	511 heures

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

511 HEURES

COMPÉTENCES ÉVALUÉES (PAR BLOC DE COMPÉTENCES)

Bloc A – Gérer et assurer le développement commercial

Bloc B – Prospector, analyser les besoins et négocier une offre

Bloc C - Manager une action commerciale en mode projet

Bloc D - Evaluation professionnelle

Capacités évaluées :

Gérer et assurer le développement commercial :

- Exercer une fonction de veille sur son secteur, sur la concurrence et sur les évolutions des nouveaux usages produits par le digital et les réseaux sociaux
- Définir le plan des actions opérationnelles à mener
- Structurer les actions à conduire en déterminant pour chacune, les objectifs à atteindre, les moyens à mobiliser, les normes et délais à respecter
- Suivre le déroulement des actions mises en place, effectuer le report de son activité auprès de sa direction.

Prospecter, analyser les besoins et négocier une offre :

- Détecter les marchés potentiels privés et publics
 - Sélectionner les actions de prospection pertinentes et innovantes à mettre en œuvre
 - Organiser le plan de prospection : recueillir par différents moyens, des informations complémentaires sur ses besoins et sur le processus de prise de décision interne en matière d'achat
 - Conduire des entretiens de découverte permettant d'obtenir un maximum d'informations sur l'entreprise
 - Analyser les résultats afin d'identifier les informations pertinentes à faire remonter à la direction en vue d'alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise
 - Analyser les spécificités et caractéristiques de celle-ci en évaluant ses différentes dimensions et ses risques potentiels
-
- Effectuer le diagnostic du client/prospect sur ses besoins, sa solvabilité et sur l'intérêt qu'il représente à devenir client de sa propre entreprise
 - Construire une solution adaptée à celui-ci en combinant les différentes possibilités
 - Calculer le coût de revient de celle-ci
 - Structurer une proposition commerciale professionnelle et attractive
 - Identifier les acteurs clefs avec lesquels mener les négociations
 - Elaborer plusieurs scénarios de négociation
 - Conduire un entretien de négociation
 - Prendre en compte les arguments et objections de son ou ses interlocuteurs
 - Valider les points d'accords conclus
 - Evaluer le moment critique de la prise de décision
 - Conclure la vente en vérifiant avec l'accord du client, les différents termes de la proposition,
 - Collaborer à la rédaction du contrat
 - Evaluer le processus de négociation

Manager une action commerciale en mode projet

- Analyser les composantes de l'offre
- Définir l'organisation à mettre en œuvre
- Planifier les grandes étapes du projet
- Coordonner l'action des différents acteurs
- Animer des réunions projet
- Communiquer sur le projet auprès des acteurs internes et externes concernés
- Exercer une fonction de leadership, permettant de contribuer au travail du groupe
- Evaluer les résultats atteints

MOYENS PÉDAGOGIQUES UTILISÉS DE DEROULEMENT PÉDAGOGIQUE - SUPPORTS

Différentes méthodes sont utilisées :

- Expositive, transmissive ou magistrale
- Démonstrative
- Interrogative ou maïeutique
- Active ou dite « de découverte »
- Expérientielle

MODALITÉS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES D'ACCOMPAGNEMENT DU STAGIAIRE

Cours en présentiel et distanciel, plate-forme its learning, TP et TD, suivi de l'apprenant en entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

ECRIT SUR TABLE (sujet national), ORAUX (sujets nationaux), EVALUATION ENTREPRISE

Bloc A Descriptif :

En exerçant une fonction de veille et en étant attentif à sa cohérence avec la stratégie commerciale de l'entreprise, mettre en œuvre le plan des actions opérationnelles devant contribuer au développement des ventes, en suivant les résultats atteints et en procédant aux ajustements nécessaires ou à la mise en œuvre d'actions innovantes en accord avec la direction.

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant)

- Produire un dossier commercial contenant :
 - Une étude de marché
 - Des préconisations
 - Un plan d'actions opérationnelles
- Etude de cas ou situation d'entreprise, Travail individuel ou collectif, Production écrite
- Evaluation professionnelle

En formation continue (salarié)

- Produire un dossier commercial contenant :
 - Une étude de marché
 - Des préconisations
 - Un plan d'actions opérationnelles
- Etude de cas ou situation d'entreprise, Travail individuel ou collectif, Production écrite

Bloc B Descriptif :

En tenant compte des caractéristiques de sa zone et des moyens à sa disposition, et en élaborant sa stratégie, piloter la mise en œuvre du plan de prospection en sélectionnant les modes et les actions les plus pertinents au regard du public cible, des objectifs à atteindre et des caractéristiques de la zone. Après avoir conduit un ou plusieurs entretiens d'analyse de la demande et de repérage des besoins des clients ou prospects rencontrés, et en évaluant les risques potentiels liés à la demande, construire une offre adaptée au diagnostic posé en tenant compte des différents produits ou services proposés par son entreprise.

En élaborant sa stratégie et en identifiant les leviers sur lesquels agir, conduire une négociation permettant de conclure positivement la vente tout en respectant le cadre fixé par sa direction.

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant)

- Etude de cas, production écrite, travail individuel, sur table ou situation d'entreprise :
 - Un plan stratégique de prospection
 - Une grille d'entretien de découverte
 - Une analyse des résultats d'une action de prospection
 - Une analyse du risque client
 - La conduite d'un entretien de découverte
 - La conduite d'un entretien de négociation
 - Evaluation professionnelle

En formation continue (salarié)

- Etude de cas, production écrite, travail individuel, sur table ou situation d'entreprise :
 - Un plan stratégique de prospection
 - Une grille d'entretien de découverte
 - Une analyse des résultats d'une action de prospection
 - Une analyse du risque client
 - La conduite d'un entretien de découverte
 - La conduite d'un entretien de négociation

Bloc C Descriptif

Dans le cadre de l'élaboration et de la négociation d'une offre, manager une action commerciale en mobilisant les acteurs impliqués dans le projet.

Modalités d'évaluation :

En formation initiale (Primo-apprenant)

- Produire :
 - L'organisation du planning d'un projet
 - Etude de cas ou situation d'entreprise, Travail collectif, Production écrite
 - L'animation d'une réunion d'action commerciale
 - Travail individuel ou collectif, Production orale
 - Evaluation professionnelle

En formation continue (salarié)

- L'organisation du planning d'un projet
- Etude de cas ou situation d'entreprise, Travail collectif, Production écrite
- L'animation d'une réunion d'action commercial
- Travail individuel ou collectif, Production orale

Bloc D Descriptif

L'objectif de l'évaluation professionnelle est de valider le plus grand nombre d'items par bloc de compétences, en raison parfois de la courte durée passée par les salariés ou les stagiaires en entreprise, cette évaluation pourra exceptionnellement ne porter que sur un seul bloc de compétences.

Fort de ce positionnement le tuteur pourra évaluer par item l'axe de progression du salarié ou du stagiaire et porter en fin de cycle la notation entrant dans la validation du diplôme.

Travail individuel, Production orale et écrite.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Code(s) ROME :

M1707 - Stratégie commerciale

D1407 - Relation technico-commerciale

Les emplois occupés peuvent être :

- Attaché technico-commercial
- Cadre technico-commercial
- Ingénieur commercial
- Ingénieur technico-commercial
- Ingénieur technico-commercial en informatique
- Responsable technico-commercial
- Technico-commercial
- Responsable commercial
- Responsable commerce international
- Responsable de la stratégie commerciale
- Responsable du développement commercial
- Responsable e-commerce