

RESPONSABLE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

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

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Responsable de développement commercial 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.

Rattaché à un directeur commercial, un directeur région au sein d'entreprises dotées de départements commerciaux, ou directement auprès du chef d'entreprise pour les PME, le Responsable de développement commercial doit développer le chiffre d'affaires de son entreprise auprès de grands comptes, de comptes clefs ou au niveau d'une zone géographique.

Ayant pour mission de mettre en œuvre la politique commerciale définie par sa direction, il doit élaborer et conduire un plan d'actions commercial, organiser sa prospection, proposer et négocier les offres avec les clients. Il doit être capable d'intervenir sur des offres complexes, qui nécessitent l'élaboration de solutions sur mesure, adaptées aux besoins du client ou aux projets de l'entreprise. Dans ce cadre, il travaille en étroite collaboration avec les autres services de l'entreprise : juridique, achat, marketing, technique, ..., et assure une fonction de pilotage du projet à ses différentes étapes, depuis la conception de l'offre, jusqu'à sa livraison, et transmet ensuite le relais aux équipes techniques chargées de la réalisation sur le terrain.

A l'issue de la vente, il vérifie la conformité du contrat produit au regard des prestations vendues, et assure un suivi afin de contribuer à fidéliser les clients tout en vérifiant le bon déroulement de la réalisation des prestations convenues.

RECONNAISSANCE

Titre : Responsable de développement commercial (option banque et assurance)

Code RNCP: 29535

Code diplôme : 26C3120J

NSF : 312p Gestion des échanges commerciaux, 313 Finances, banque, assurances, immobilier

Niveau de sortie : 6 (niveau bac+3)

L'obtention du diplôme nécessite la validation des : bloc A, B, C, D (si option banque-assurance) et E.

Diplôme de Responsable de développement commercial enregistré à niveau 6 (anciennement niveau II) au Répertoire National des Certifications Professionnelles, par arrêté du 5 avril 2012, publié au Journal Officiel du 14 avril 2012.

PUBLIC CONCERNÉ ET CONDITIONS D'ACCÈS

Toute personne titulaire :

- Etudiants diplômés ou préparant un bac+2 ou titre de niveau 5
- Toute personne ayant cumulée 3 année d'expérience professionnelle dans le domaine commercial
- Par la VAE - Répondre aux prérequis fixés par la loi du 9 août 2016

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ

Bloc A – GÉRER ET ASSURER LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	Volume horaire
	126
MA1 - Conduire un projet	7
MA2 - Assurer une veille du marché	7
aMA3 - Créer des tableaux de bord et analyser des indicateurs	14
MA4 - Exploiter des données marketing au service de la stratégie commerciale	21
MA5 - Elaborer un plan d'actions commerciales	35
MA6 - Elaborer un budget prévisionnel	21
MA7 - Intégrer le cross-canal dans sa pratique commerciale	14
MA8 - Prendre en compte la RSE dans le développement de son entreprise	7
Bloc B – PROSPECTER, ANALYSER LES BESOINS ET NÉGOCIER UNE OFFRE	Volume horaire
	245
MB1 - Recueillir des données pour détecter les marchés potentiels	7
MB2 - Définir une stratégie et un plan de prospection	14
MB3 - Maîtriser les principaux outils de prospection et d'analyse	14
MB4 - Conduire un entretien de découverte	28
MB5 - Réaliser un diagnostic client	14
MB6 - Construire une offre technique et commerciale	28
MB7 - Evaluer l'impact financier de la solution proposée	21
MB8 - Construire l'argumentaire de vente	28
MB9 - Préparer différents scénarii de négociation	14
MB10 - Maîtriser les techniques de communication nécessaires à la négociation	28
MB11 - Négocier en tenant compte des acteurs clés et des objections	35
MB12 - Contractualiser l'offre en respectant la législation en vigueur	14
Bloc C - MANAGER UNE ACTION COMMERCIALE EN MODE PROJET	Volume horaire
	154
MC1 - Maîtriser les outils de gestion de projet	28
MC2 - Organiser et mettre en place une équipe projet	21
MC3 - Assurer le leadership du projet en utilisant les outils du management transversal	28
MC4 - Animer une réunion dans le cadre d'un projet	28
MC5 - Evaluer et analyser les résultats d'un projet	49
TOTAL	525

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

La formation dispensée comprend 525 heures.

COMPÉTENCES ÉVALUÉES (PAR BLOC DE COMPÉTENCES)

BLOC A : Gérer et assurer le développement commercial

- Conduire un projet
- Assurer une veille du marché
- Créer des tableaux de bord et analyser des indicateurs
- Exploiter des données marketing au service de la stratégie commerciale
- Elaborer un plan d'actions commerciales

- Elaborer un budget prévisionnel
- Intégrer le cross-canal dans sa pratique commerciale
- Prendre en compte la RSE dans le développement de son entreprise

BLOC B : Prospecter, analyser les besoins, négocier une offre

- Recueillir des données pour détecter les marchés potentiels
- Définir une stratégie et un plan de prospection
- Maîtriser les principaux outils de prospection et d'analyse
- Conduire un entretien de découverte
- Réaliser un diagnostic client
- Construire une offre technique et commerciale
- Evaluer l'impact financier de la solution proposée
- Construire l'argumentaire de vente
- Préparer différents scénarii de négociation
- Maîtriser les techniques de communication nécessaires à la négociation
- Négocier en tenant compte des acteurs clés et des objections
- Contractualiser l'offre en respectant la législation en vigueur

BLOC C : Manager une action commerciale en mode projet

- Maîtriser les outils de gestion de projet
- Organiser et mettre en place une équipe projet
- Assurer le leadership du projet en utilisant les outils du management transversal
- Animer une réunion dans le cadre d'un projet
- Evaluer et analyser les résultats d'un projet

BLOC D : Option banque et assurance

- Situer le rôle économique et sociétal du secteur Banque-Assurance
- Respecter les règles de déontologie
- Maîtriser la réglementation des intermédiaires Banque-Assurance
- Analyser le régime, social, matrimonial, patrimonial et fiscal du client
- Maîtriser la gamme de produits Banque-Assurance de son marché
- Construire et commercialiser une offre Banque-Assurance

BLOC E : Evaluation professionnelle

- Capacité à s'insérer dans un univers commercial
- Développer des compétences professionnelles inhérente aux métiers à dominante commerciale

MOYENS PÉDAGOGIQUES UTILISÉS ET DÉROULEMENT PÉDAGOGIQUE - SUPPORTS

Face à face pédagogique, TD, travaux de groupes ou individuels.

MODALITÉS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES D'ACCOMPAGNEMENT DU STAGIAIRE

Le service pédagogique est à l'écoute des apprenants sur toutes les questions relevant de la mise en place des cours et évaluations.

La relation entreprise-école est principalement assurée par le service relation entreprise de l'école. L'accompagnement en entreprise de l'apprenant relève de son tuteur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le référentiel du diplôme de Responsable de développement commercial est composé de 3 blocs de compétences, le référentiel du diplôme Responsable de développement commercial, option BANQUE-ASSURANCE est composé de 4 blocs de compétences.

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 3 blocs A, B, C (note éliminatoire). Concernant la note du bloc D (Banque-Assurance), elle doit être égale ou supérieure à 10/20 (100 points). 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.

Validation partielle de la certification, avec remise de certificat(s) de bloc de compétences. Dans l'hypothèse où le candidat n'obtient pas 10 de moyenne générale, il n'obtient donc pas la certification totale, mais il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20.

Bloc A – GÉRER ET ASSURER LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	ÉVALUATION DU BLOC Nature - Durée	TOTAL 200 pts
MA1 - Conduire un projet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dossier de développement commercial à réaliser en groupe ou individuel sur la base d'éléments fournis par le centre ou issus de l'entreprise : ▪ Analyse des résultats d'une étude de marché ▪ Préconisations ▪ Plan d'actions opérationnel 	
MA2 - Assurer une veille du marché		
MA3 - Créer des tableaux de bord et 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 - Intégrer l'omnicanal dans sa pratique commerciale		
MA8 – Prendre en compte la RSE dans le développement de son entreprise		

Bloc B – PROSPECTER, ANALYSER LES BESOINS ET NÉGOCIER UNE OFFRE	ÉVALUATION DU BLOC Nature - Durée	TOTAL 350 pts
MB1 - Recueillir des données pour détecter les marchés potentiels	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etude de cas de 4h sur 4 dossiers, production écrite, travail individuel, sur table ou situation d'entreprise, 150 pts : (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, 80 pts, 20 mn ▪ La conduite d'un entretien de négociation, 120 pts, 40 mn 	
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	ÉVALUATION DU BLOC Nature - Durée	TOTAL 150 pts
MC1 - Maîtriser les outils de gestion de projet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dossier à préparer : organisation du planning d'un projet : Cas fictif ou situation d'entreprise, Travail collectif ▪ Production écrite, 100 pts ▪ L'animation d'une réunion de projet commercial : Travail individuel ou collectif ▪ Production orale, 15 mn, 50 pts 	
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		

Bloc D - COMMERCIALISER DES PRODUITS BANQUE-ASSURANCE	ÉVALUATION DU BLOC Nature - Durée	TOTAL 200 pts
MD1 - Situer le rôle économique et sociétal du secteur Banque-Assurance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Epreuve orale individuelle de découverte de l'environnement du client banque-assurance, 30 mn, 100 pts ▪ Etude de cas écrite portant sur la construction de solutions banque-assurance adaptée à la typologie du client, 3h30, 100 pts 	
MD2 – Respecter les règles de déontologie		
MD3 – Maitriser la réglementation des intermédiaires banque-assurance		
MD4 - Analyser le régime social, matrimonial, patrimonial et fiscal du client		
MD5 – Maitriser la gamme des produits Banque-Assurance de son marché		
MD6 - Construire et commercialiser une offre Banque-Assurance		

BLOC E – ÉVALUATION PROFESSIONNELLE	TOTAL 300 pts
Rapport	100
Soutenance	150
Evaluation de l'entreprise	50

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

- Responsable commercial
- Manager de clientèle
- Développeur commercial
- Chargé d'affaires
- Technico-commercial
- Responsable grands comptes
- Responsable de centre de profit

Secteurs d'activité : industrie, l'immobilier, les transports, les communications, la banque, l'assurance, les prestations d'ingénierie et de conseil, les médias, les hautes technologies