



CERTIFICATION PROFESSIONNELLE RNCP NIVEAU 6 RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL 2023-2024

Rncp 37849

Code diplôme : 26X31015 • Code CPF : 329939

imcp

14 Rue de Lancry 75010 PARIS

MAJ AU 01/09/2023

1. Quel est le public visé ?

- Etudiant(e) de 18 à 25 ans en contrat professionnalisation ou 29 ans révolus en apprentissage.
- Demandeur(se) d'emploi à partir de 26 ans
- Salarié(e) en projet de transition ou en PRO-A (Reconversion ou promotion par alternance)

L'IMCP propose de la VAE (en tout ou partie) sur ce titre accessible sans limite d'âge et dans la limite d'un an minimum d'expérience dans le domaine concerné. Pour en savoir davantage sur les conditions d'admission en VAE, l'accompagnement et le cursus vous pouvez cliquer sur ce lien <https://imcp.fr/la-vae/>

2- Quels sont les prérequis.

Le cursus préparant à la Certification professionnelle « Responsable du Développement Commercial » (RDC) s'adresse prioritairement aux apprenants de niveau Bac+2 (si la moyenne générale du BTS est supérieure à 8/20 et si l'apprenant s'engage à repasser le BTS durant sa formation RDC). Sur demande de dérogation, il est possible d'intégrer des candidats pouvant justifier de 3 années d'expérience dans le secteur. Les dérogations sont soumises et validées par le Certificateur avant l'entrée en formation. Les justificatifs d'accès à la formation seront exigés à l'inscription.

3-Modalités d'admission :

L'admission peut se faire en première ou seconde année du 1^{er} janvier au 31 décembre de chaque année sur

- Analyse de dossier de candidature disponible sur ce lien
- Entretien
- Tests de compétences et de personnalité.

Une réponse d'admission vous est communiquée sous 2 jours, sous réserve de dossier complet. Dès lors un accompagnement à l'intégration pédagogique, administrative et salariale est réalisé par un entretien hebdomadaire avec nos chargés de relations entreprise.

4- Objectifs

Le responsable du développement commercial est un chef d'orchestre, un coach, dont la mission est de développer ses équipes dans un but mercantile et de bien-être au travail. Les appellations des métiers visés par le projet de certification sont nombreuses et sont présentées ci-dessous dans leur variété.

Cependant, il s'agit d'un ensemble d'emplois « liés entre eux par une même technicité, présentant un noyau dur d'activités communes et requérant des compétences proches ou similaires »

- Responsable / chargé du développement commercial, responsable développement,
- Responsable commercial, responsable de la stratégie commerciale, responsable technico-commercial,
- Responsable développement / business developer,
- Responsable du développement des ventes, responsable / manager des forces de vente, responsable de la promotion des ventes, chef des ventes, responsable e-commerce, sales manager,
- Responsable / chargé / ingénieur d'affaires,
- Responsable / ingénieur-commercial grands comptes, gestionnaire / négociateur de comptes,
- Consultant / conseil en développement commercial, consultant / conseil en stratégie commerciale et développement commercial,
- Responsable de comptes / chargé de comptes / account executive, responsable de la relation clients,
- Sales manager, sales operations manager (SalesOps), sales development representative (SDR), responsable grands comptes / key account manager (KAM) / global account manager.

5-Aptitudes

Les aptitudes attendues sont liées à la capacité d'appliquer des savoirs en marketing, management, communication, gestion opérationnelle afin de développer l'entreprise et de gérer le personnel (recrutement, intégration, formation, développement etc..).

6-Compétences et modalités d'évaluation

Les compétences attestées de la certification

BLOC 1 Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales

C1.1- 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.

C1.2- 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.

C1.3- 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.

C1.4- 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.

C1.5- 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.

C1.6- 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 2 Développer la stratégie de croissance de l'entreprise

C2.1- 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.

C2.2- 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.

C2.3 - 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.

C2.4- 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 consommations 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.

C2.5- 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.

C2.6- 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.

C2.7- 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 par des techniques commerciales spécifiques, dans le but de conclure et parvenir à un accord commercial.

C2.8- 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.

C2.9- 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.

C2.10- 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.

C2.11- 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 3 Manager une équipe commerciale

C3.1- 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.

C3.2- 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.

C3.3- 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.

C3.4- 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.

C3.5-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.

C3.6- 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.

C3.7- 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.

C3.8- 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.

Modalités d'évaluation :

BLOC 1

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.

BLOC 2

Modalités d'évaluation :

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.

BLOC 3

Modalités d'évaluation :

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.

A ce stade les compétences sont présumées acquises, en cours d'acquisition ou non acquises. L'apprenant doit constituer son passeport de la certification pour passer le grand Oral

Le passeport de la certification

Pour chaque bloc de compétences et pour toutes les compétences du bloc, l'apprenant devra répondre à un certain nombre de questions qui figurent sur le modèle. Il justifiera, de son point de vue, pourquoi il considère avoir acquis la compétence. L'objectif de ce « passeport certification » est d'éclairer le jury du Grand Oral afin qu'il puisse vérifier et donner son avis sur l'acquisition des compétences de la certification préparée. L'ensemble des évaluations est compilé, accompagné du passeport de la certification ce qui constitue le dossier bilan de l'apprenant/candidat. Ce dossier est transmis au jury du grand Oral un mois avant l'épreuve.

Le grand oral

Le Grand Oral dure environ 1h15 :

15 mn de présentation (sans support de présentation), 45 mn d'échanges,

15 mn de délibération entre les membres du Jury.

Le jury évalue le candidat en basant l'échange sur certains points de son dossier, et en l'amenant avec bienveillance à expliciter ses expériences et mettre en exergue l'acquisition des compétences mobilisées. Lors de l'oral, l'apprenant expose son parcours académique et ses différentes expériences professionnelles. Il détaille en particulier les missions réelles ou simulées qui ont été les siennes au cours de l'action de formation et qui lui permettent de démontrer l'acquisition des compétences de la certification professionnelle présentée. L'avis du jury du Grand oral est transmis au jury National de certification accompagné de l'ensemble du dossier, c'est ce dernier qui décide de l'attribution des blocs de compétences de la certification professionnelle.

7-Durée

La rentrée est prévue le lundi 04 septembre 2022. Les cours ont lieu les jeudi/vendredi. La fin des cours est prévue le 16 juillet 2023 pour un volume total de 557 heures. Les résultats sont connus avant le 31 juillet 2024.

8-Délai d'accès à la formation

Les tests d'entrée pour la rentrée sont ouverts dès le mois de janvier qui la précède. Le/La candidate est accompagnée dans sa recherche d'entreprise et son placement. Le test en lui-même a lieu sur une demi-journée après prise de rendez-vous. La réponse est fournie au plus tard sous 2 jours ouvrés après entretien et test. Dès lors un accompagnement à l'intégration pédagogique, administrative et salariale est réalisé par un entretien hebdomadaire avec nos chargés de relations entreprise jusqu'à la rentrée. Un délai de 3 mois est accordé pour débiter la formation sans avoir trouvé d'entreprise

9-Tarifs

> Pour les élèves

-En contrat de professionnalisation ou d'apprentissage la formation est totalement gratuite pour l'élève. Il est d'ailleurs rémunéré. (Voir plus bas)

-En formation scolaire, la formation est payante à hauteur de 4261 euros. La formation scolaire suppose une période de stage de 14-16 semaines. Au bout de 2 mois de stage il bénéficie d'une gratification (voir plus bas le détail).

> Pour les financeurs et les entreprises

-Le coût de la formation est de 9400 euros par an. Il est pris en charge par les OPCO sur la base d'un référentiel défini par France Compétences [Référentiels et bases de données - France compétences \(francecompetences.fr\)](https://francecompetences.fr) Le montant de la prise en charge dépend à la fois de la CPNE et de l'IDCC. Mais en cas de montant accordé par l'OPCO inférieur au coût de la formation il n'y a aucun reste à charge facturé par l'IMCP à l'entreprise

10- Rémunération

> Rémunération minimum apprentissage

La rémunération dépend à la fois de l'âge de l'apprenti, de son ancienneté dans l'apprentissage et de son parcours de formation. Pour information ce sont les taux suivants appliqués à cette rentrée.

Tableau - Rémunération brute mensuelle minimale d'un apprenti				
Situation	16 à 17 ans	18-20 ans	21-25 ans	26 ans et plus
1 ^{ère} année	27% du Smic,	43% du Smic,	Salaire le + élevé entre 53% du Smic, et 53% du salaire minimum conventionnel.	100% du Smic Salaire le + élevé entre le Smic et le salaire minimum conventionnel.
2 ^{ème} année	39% du Smic,	51% du Smic,	Salaire le + élevé entre 61% du Smic, et 61% du salaire minimum conventionnel.	100% du Smic Salaire le + élevé entre le Smic et le salaire minimum conventionnel.
3 ^{ème} année	55% du Smic,	67% du Smic,	Salaire le + élevé entre 78% du Smic, et 78% du salaire minimum conventionnel	100% du Smic Salaire le + élevé entre le Smic et le salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage.

En ce qui concerne le reste des conditions (accès, cas spécifiques etc..) les informations sont disponibles sur ce lien [Contrat d'apprentissage - Ma situation | Service-public.fr](https://www.service-public.fr) . Pour les entreprises un simulateur permet de calculer le salaire minimum des apprentis et contrats de professionnalisation <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/R16148>

> Rémunération minimale professionnalisation

Le contrat de professionnalisation est un contrat (CDD, CDI) de 6 à 36 mois. La rémunération dépend de l'âge.

Niveau de salaire applicable à un salarié de moins de 26 ans		
Âge du salarié	Salaire minimum de base (brut)	Salaire minimum majoré (brut)
Moins de 21 ans	55 % du Smic	65 % du Smic
De 21 ans à 25 ans inclus	70 % du Smic	80 % du Smic

Le titulaire d'un bac général qui signe un contrat de professionnalisation bénéficie du salaire minimum de base. Pour d'autres détails sur le contrat de professionnalisation et son fonctionnement vous pouvez consulter ce lien [Contrat de professionnalisation | Service-public.fr](#). Et pour les employeurs vous pouvez simuler le salaire minimum de votre employé en contrat de professionnalisation sur ce lien [Calculer le salaire minimum d'une personne en alternance \(apprentissage ou contrat de professionnalisation\) \(Simulateur\) | entreprendre.service-public.fr](#)

➤ Rémunération minimum stage

La durée du ou des stages ou formation effectués en milieu professionnel est de 6 mois maximum par organisme d'accueil et par année d'enseignement. Cette durée est déterminée en tenant compte de la présence effective du stagiaire dans l'organisme d'accueil de la façon suivante :

- 7 heures de présence, consécutives ou non, équivalent à une journée de présence
- 22 jours de présence équivalent à 1 mois

Une gratification minimale est versée si la durée du stage est supérieure à :

Soit 2 mois consécutifs (soit l'équivalent de 44 jours à 7 heures par jour) au cours de la même année scolaire ou universitaire

Soit à partir de la 309e heure de stage même s'il est effectué de façon non continue

En dessous de ces seuils de durée, l'organisme d'accueil n'a pas l'obligation de verser une gratification. Le taux horaire de la gratification est égal au minimum à 3,9 € par heure de stage, correspondant à 15 % du plafond horaire de la sécurité sociale (soit 26 € x 0,15). Les organismes publics ne peuvent pas verser de gratification supérieure au montant minimum légal sous peine de requalification de la convention de stage en contrat de travail. Dans certaines branches professionnelles, le montant de la gratification est fixé par convention de branche ou accord professionnel étendu et peut être supérieur à 3,9 €. L'employeur doit le vérifier dans la convention collective. Pour en savoir plus sur les stages vous pouvez consulter ce lien <https://travail-emploi.gouv.fr/emploi-et-insertion/mesures-jeunes/article/les-stages-etudiants-en-milieu-professionnel> Et pour les employeurs vous pouvez simuler le salaire minimum de votre employé en contrat de professionnalisation sur ce lien [Calculer le salaire minimum d'une personne en alternance \(apprentissage ou contrat de professionnalisation\) \(Simulateur\) | entreprendre.service-public.fr](#)

11- Méthodes mobilisées

Les formateurs utilisent bibliographies, annales d'examen et supports vidéo ou informatiques. Parfois la pédagogie inversée est utilisée. Dans ce cas la notion est d'abord étudiée seul par l'élève à l'aide de supports tels que des vidéos, livres, fichiers etc en amont du cours. Des travaux d'ateliers sont utilisés pour mettre en place les savoirs. Dans certaines formations, un projet « fil rouge » est mis en place tels qu'un business plan, une entreprise fictive ou réelle. Les moyens prévus sont des cours magistraux, études de cas, travaux dirigés, simulations, jeux de rôles, supports numériques, salles de cours, salles informatiques, et ordinateur. L'action de formation comprend également un dispositif de suivi pédagogique, d'accompagnement et d'évaluation de l'élève au poste de travail. Ce suivi pédagogique effectué par l'école met en relation l'élève salarié, le tuteur ou maître d'apprentissage et le responsable de la formation. Dans des classes de 10-25 élèves maximum les cours ont lieu en blended learning. Cela signifie que la formation a lieu en présence dans nos locaux sur un rythme hebdomadaire de 2 jours école/ 3 jours entreprise. Mais aussi que l'étudiant peut bénéficier d'une plateforme de cours lms et d'une plateforme de visioconférence pour suivre des cours en synchrone/asynchrone selon ses besoins. Des conférences par intervenants extérieurs complètent les cours magistraux, les travaux dirigés en petit groupes et la mise en situation professionnelle. Enfin l'accès à des ressources numériques est aussi proposé.

12- Sanction de la formation

La certification professionnelle RNCP « Responsable de Développement Commercial » atteste d'une qualification professionnelle de niveau 6. Mais l'école délivre aussi une attestation de fin de formation et de crédits ECTS.

13- Débouchés :

La certification permet de s'insérer facilement dans la vie active. Le responsable du développement commercial est un chef d'orchestre, un coach, dont la mission est de développer ses équipes dans un but mercantile et de bien-être au travail. Les appellations des métiers visés par le projet de certification sont nombreuses et sont présentées ci-dessous dans leur variété. Cependant, il s'agit d'un ensemble d'emplois « liés entre eux par une même technicité, présentant un noyau dur d'activités communes et requérant des compétences proches ou similaires »

- Responsable / chargé du développement commercial, responsable développement,
- Responsable commercial, responsable de la stratégie commerciale, responsable technico-commercial,
- Responsable développement / business developer,
- Responsable du développement des ventes, responsable / manager des forces de vente, responsable de la promotion des ventes, chef des ventes, responsable e-commerce, sales manager,
- Responsable / chargé / ingénieur d'affaires,
- Responsable / ingénieur-commercial grands comptes, gestionnaire / négociateur de comptes,
- Consultant / conseil en développement commercial, consultant / conseil en stratégie commerciale et développement commercial,
- Responsable de comptes / chargé de comptes / account executive, responsable de la relation clients,
- Sales manager, sales operations manager (SalesOps), sales developpement representative (SDR), responsable grands comptes / key account manager (KAM) / global account manager.

Le candidat peut aussi poursuivre ses études en MASTER ou en certification professionnelle RNCP de Niveau 7. A l'IMCP nous proposons la certification professionnelle « manager d'affaires ». Celle-ci est détaillée sur le site imcp.fr.

14- Accessibilité :

Dès l'entrée l'anticipation des situations de handicap est prévue avec la participation d'un référent handicap désigné à l'IMCP. Des mécanismes de compensation (tiers temps, supports visuels) sont aussi utilisés. L'ensemble des parties prenantes de la formation est sensibilisé à cette situation et des procédures d'alerte décrochage sont aussi prévues. Un réseau de partenaires est aussi sollicité pour donner suite aux entretiens de suivi avec les élèves. Enfin les locaux ont fait l'objet de travaux pour accueil de personnes handicapées (toilettes, salles de cours etc...). Vous trouverez ces précisions [Citoyenneté et handicap - IMCP](#)

15- Performances de la certification

Cette certification est une nouvelle version de la précédente. Il n'y a donc pas encore de résultats chiffrés. Toutefois les performances des dernières années sur la précédente étaient les suivantes.

	RDC 2022	RDC RENTREE DECALEE 2022	RDC 2023
Taux de réussite (hors rattrapage)	80,6% 274 admis / 340 présentés	87,5% 7 admis / 8 présentés	87,9% 131 admis / 149 présentés
Taux d'insertion à 6 mois (Hors poursuite d'étude et non réponse à l'enquête)	80,8% 105 actifs / 130 admis hors poursuite d'études et non réponse à l'enquête	66,7% 4 actifs / 6 admis hors poursuite d'études et non réponse à l'enquête	À venir... (Janvier 2024)
Taux d'insertion à 1 an (Hors poursuite d'étude et non réponse à l'enquête)	88,1% 74 actifs / 84 admis hors poursuite d'études et non réponse à l'enquête	A venir... (Février 2024)	A venir... (Juillet 2024)

16- Liens avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitation

La certification RNCP37849 est en correspondance partielle avec les 10 certifications suivantes :

- RNCP34465 - Chargé de gestion commerciale
- RNCP34714 - Responsable commercial (BADGE)
- RNCP35106- Responsable d'affaires commerciales et du développement à l'international
- RNCP35150 - Responsable du développement commercial France et International
- RNCP35754 - Responsable du développement de l'unité commerciale
- RNCP36294 - Responsable d'activités commerciales
- RNCP36395 - Responsable de développement commercial
- RNCP36610 - Responsable du développement commercial
- RNCP37075 - Chargé du développement commercial
- RNCP34184 - Responsable Technico-Commercial

Le détail est indiqué ci-dessous :

Bloc(s) de compétences concernés	Code et intitulé de la certification professionnelle reconnue en correspondance partielle	Bloc(s) de compétences en correspondance partielle
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP34465 - Chargé de gestion commerciale	RNCP34465BC01 - Conduire une politique commerciale ET RNCP34465BC02 - Piloter un projet commercial (e-commerce, salon, exposition...) ET RNCP34465BC04 - Gérer un service commercial - Bloc optionnel
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP34714 - Responsable commercial (BADGE)	RNCP34714BC01 - Définir la stratégie commerciale de l'entreprise
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP35106 - Responsable d'affaires commerciales et du développement à l'international	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
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP35150 - Responsable du développement commercial France et International	RNCP35150BC01 - Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international ET RNCP35150BC02 - Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients en France et à l'international
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP35754 - Responsable du développement de l'unité commerciale	RNCP35754BC01 - Conception et organisation de la mise en œuvre des stratégies de développement commercial

RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP36294 - Responsable d'activités commerciales	RNCP36294BC01 - Participer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise ou de l'organisation ET RNCP36294BC02 - Concevoir et mettre en œuvre un plan de développement commercial ET RNCP36294BC03 - Définir et piloter les éléments budgétaires de développement commercial
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP36395 - Responsable de développement commercial	RNCP36395BC01 - Elaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP36610 - Responsable du développement commercial	RNCP36610BC01 - Elaborer un plan de développement commercial ET RNCP36610BC05 - Evaluer les résultats d'un plan d'actions commerciales dans une logique d'amélioration continue
RNCP37849BC01 - Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales	RNCP37075 - Chargé du développement commercial	RNCP37075BC01 - Élaborer avec la direction la stratégie de développement commercial dans une démarche RSE
RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP34184 - Responsable Technico-Commercial	RNCP34184BC03 - Négociation et vente des projets d'affaires ET RNCP34184BC04 - Déploiement d'une stratégie de développement commercial
RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP34465 - Chargé de gestion commerciale	RNCP34465BC01 - Conduire une politique commerciale ET RNCP34465BC02 - Piloter un projet commercial (e-commerce, salon, exposition...) ET RNCP34465BC03 - Superviser une équipe et gérer un budget commercial ET RNCP34465BC04 - Gérer un service commercial - Bloc optionnel
RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP34714 - Responsable commercial (BADGE)	RNCP34714BC02 - Mettre en œuvre le développement commercial et son suivi commercial ET RNCP34714BC03 - Piloter la performance financière de l'activité commerciale ET RNCP34714BC04 - Développer et optimiser la relation client

RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP35754 - Responsable du développement de l'unité commerciale	RNCP35754BC02 - Management de l'expérience client dans un contexte omnicanal
RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP36395 - Responsable de développement commercial	RNCP36395BC02 - Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de prospection omnicanale ET RNCP36395BC03 - Construction et négociation d'une offre commerciale
RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP36610 - Responsable du développement commercial	RNCP36610BC01 - Elaborer un plan de développement commercial ET RNCP36610BC02 - Décliner la stratégie de développement du portefeuille client ET RNCP36610BC03 - Développer la relation client et fidéliser le portefeuille
RNCP37849BC02 - Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise	RNCP37075 - Chargé du développement commercial	RNCP37075BC02 - Développer et suivre la performance commerciale dans un contexte omnicanal ET RNCP37075BC03 - Optimiser la relation client et manager une équipe commerciale
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP34184 - Responsable Technico-Commercial	RNCP34184BC05 - Gestion et coordination de l'activité technico-commerciale
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP34465 - Chargé de gestion commerciale	RNCP34465BC03 - Superviser une équipe et gérer un budget commercial
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP34714 - Responsable commercial (BADGE)	RNCP34714BC05 - Manager une équipe commerciale
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP35106 - Responsable d'affaires commerciales et du développement à l'international	RNCP35106BC03 - Animer une équipe commerciale à l'international
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP35150 - Responsable du développement commercial France et International	RNCP35150BC04 - Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP35754 - Responsable du développement de l'unité commerciale	RNCP35754BC03 - Manager la force de vente et l'unité commerciale

RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP36294 - Responsable d'activités commerciales	RNCP36294BC04 - Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP36395 - Responsable de développement commercial	RNCP36395BC04 - Management de l'activité commerciale en mode projet
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP36610 - Responsable du développement commercial	RNCP36610BC04 - Encadrer et animer une équipe commerciale
RNCP37849BC03 - Bloc 3. Manager une équipe commerciale	RNCP37075 - Chargé du développement commercial	RNCP37075BC03 - Optimiser la relation client et manager une équipe commerciale