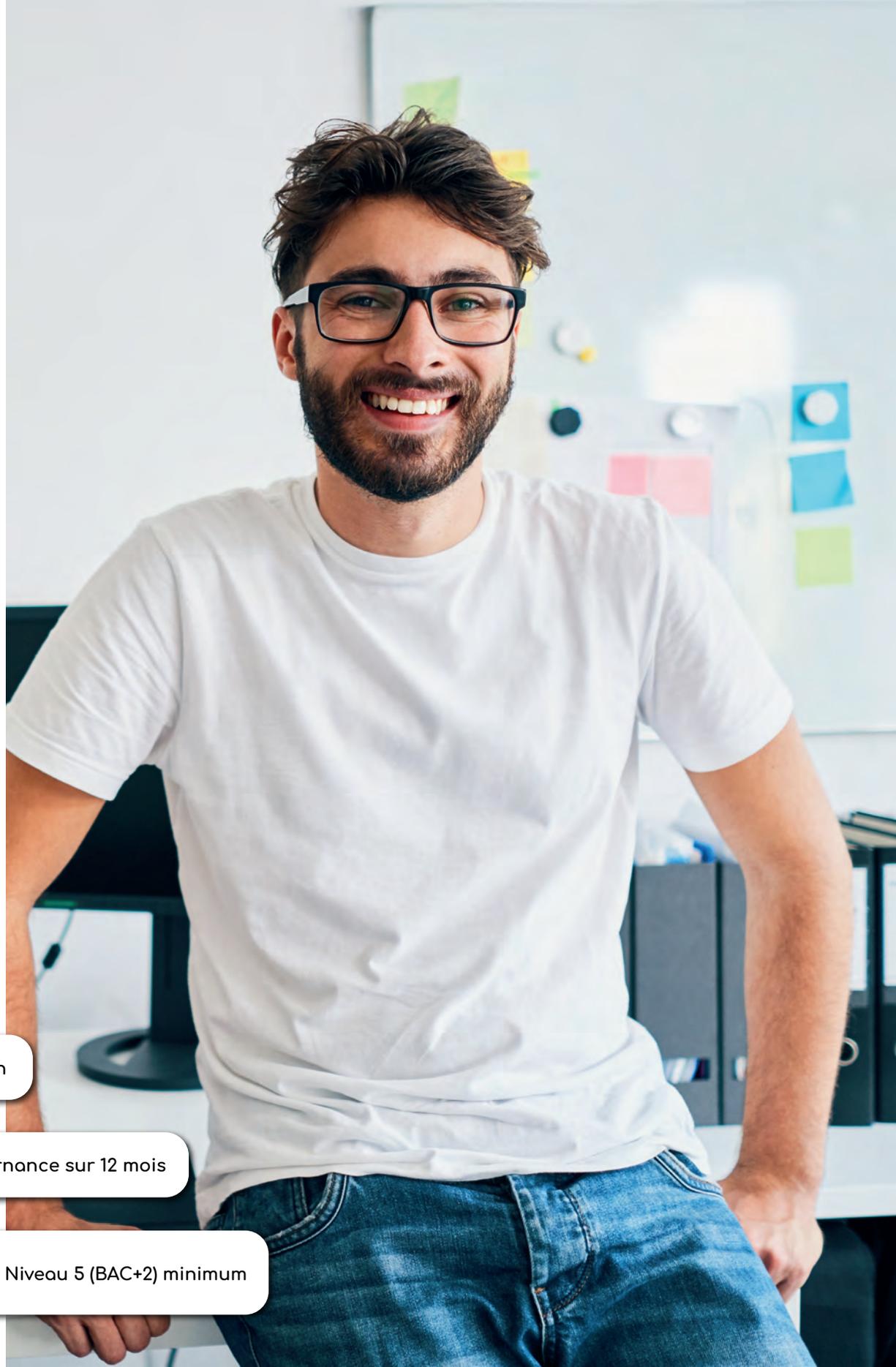


BAC+3 Bachelor Responsable Développement Commercial (RDC)



Campus Agen



Rythme Alternance sur 12 mois



**Conditions
d'admission** Niveau 5 (BAC+2) minimum

Introduction

Le Responsable de Développement Commercial exerce au sein d'entreprises relevant de secteurs extrêmement diversifiés comme le commerce, l'industrie, les transports, les communications, les prestations d'ingénierie et de conseil, les médias, les hautes technologies. 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 a la responsabilité de déterminer la politique commerciale, les orientations futures que l'entreprise doit suivre et qui devront ainsi assurer sa croissance et développer de nouveaux marchés, accroissant ainsi le chiffre d'affaires de son entreprise auprès de grands comptes, de comptes clefs ou au niveau d'une zone géographique. Le Responsable de Développement Commercial est donc un professionnel très qualifié et parfaitement opérationnel. Au quotidien, il :

- Pilote les actions commerciales d'une équipe,
- Mène directement et en autonomie des négociations complexes avec les clients importants.
- Il manage le développement commercial de son activité.
- Il participe à l'élaboration de la stratégie commerciale de son entreprise et gère les projets commerciaux.

La formation Responsable de Développement Commercial est proposée en alternance sur notre Campus d'Agen.

Titre certifié de niveau 6 inscrit au RNCP 36395 - CCI FRANCE - Enregistré le 25/04/2022



OBJECTIFS

- Élaborer un plan opérationnel de développement commercial omnicanal
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de prospection omnicanale
- Construire et négocier une offre commerciale
- Savoir Manager l'activité commerciale en mode projet

Durée et Rythme

- 469 heures de formation sur 12 mois (67 jours) de septembre N à septembre N+1.
- La formation est également accessible au travers des dispositifs CPF, Plan de formation de l'entreprise, CPF de Transition et pro-A, VAE.
- Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de façon indépendante.
- Nombre de participants limité à 25 personnes.
- 1 jour par semaine en formation (jeudi) et quelques semaines complètes sur l'année.
- Formation en présentiel

Conditions d'admission

- Être titulaire d'un titre ou d'un diplôme de niveau 5 (BAC +2) dans les métiers de la vente et du commerce.
- Réussir les tests et entretien de sélection.
- Signer un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation avec une entreprise ou valider l'accès à la formation via un des autres dispositifs prévus (CPF, Plan de formation de l'entreprise, CPF de Transition et pro-A, VAE).
- Equivalence : titre de niveau 6 (Bac+3).
- Passerelles : pas de passerelle spécifique.



Méthodes pédagogiques

Des formateurs expérimentés animent cette formation dans une approche pragmatique et professionnelle. Chacun est doté d'une expérience professionnelle significative et d'un diplôme en corrélation avec les compétences transmises. Dans le respect du Référentiel de la formation Responsable de Développement Commercial sont proposés : des cours en présentiel, des applications, des vidéos, des jeux de rôle et simulations, des travaux de groupe, des conférences, des rencontres avec des professionnels, un apprentissage de la culture collaborative, ... Le CFA est doté de 3 salles informatiques et de postes informatiques équipés de logiciels en lien avec les enseignements dispensés. A l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

Bloc 1

Élaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal

- Exercer une fonction de veille sur l'activité et la concurrence
- Analyser les comportements d'achat des clients et de son entreprise
- Identifier les actions marketing et commerciales innovantes à mettre potentiellement en œuvre sur les canaux physiques et digitaux
- Choisir les actions marketing et commerciales innovantes à mettre en œuvre sur les canaux physiques et digitaux
- Structurer le plan d'action commercial omnicanal à conduire
- Elaborer des outils numériques de pilotage du plan d'action commercial omnicanal
- Présenter le plan d'action commercial omnicanal à sa hiérarchie

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
- Déterminer les cibles du plan de prospection omnicanale en cohérence avec les objectifs de développement commercial définis avec sa hiérarchie,
- Sélectionner les actions de prospection omnicanale à mettre en œuvre
- Organiser le plan de prospection omnicanale
- Réaliser ou superviser la production des supports de communication adaptés aux différents canaux utilisés et aux caractéristiques de ses cibles
- Recueillir des informations complémentaires concernant les cibles du plan de prospection
- Conduire des entretiens de prospection en face-à-face ou à distance
- Évaluer les résultats des actions de prospection omnicanale mises en œuvre
- Analyser les spécificités et caractéristiques d'une demande ou d'une opportunité commerciale avec un client/prospect
- Réaliser le diagnostic des besoins du client/prospect

Bloc 3

Construction et négociation d'une offre commerciale

- Conseiller le client/prospect sur de nouvelles propositions de produits/services innovantes
- Construire une solution produit/service adaptée aux besoins du client/prospect
- Établir le chiffrage financier de la solution commerciale envisagée
- Structurer une proposition commerciale professionnelle et attractive
- Élaborer un argumentaire de présentation de l'offre commerciale
- Identifier les acteurs clés avec lesquels mener les négociations commerciales
- Établir le diagnostic de la situation avant négociation
- Élaborer une stratégie de négociation commerciale optimisant les perspectives de conclusion favorable de la vente
- Conduire le ou les entretien(s) jalonnant le processus de négociation
- Décoder les signaux verbaux et non verbaux émis par son ou ses interlocuteur(s) au cours des discussions de négociation
- Traiter les objections et arguments formulés par son ou ses interlocuteur(s) durant la négociation
- Valider des points d'accord au cours des différentes étapes de négociation
- Évaluer le moment critique de la prise de décision durant le processus de négociation
- Conclure la vente ponctuant le processus de négociation commerciale
- Collaborer à la rédaction du contrat de vente en lien avec le service juridique de son entreprise
- Évaluer le processus de négociation mené

Bloc 4

- Analyser les actions commerciales à mettre en œuvre et les besoins qui en résultent
- Définir l'organisation des actions commerciales à mettre en œuvre
- Mobiliser les professionnels à profils techniques et commerciaux impliqués dans la mise en œuvre des actions commerciales
- Déterminer les modes de collaboration au sein du collectif mobilisé et les adaptations à prévoir en matière d'organisation et de moyens techniques
- Structurer la conduite des actions commerciales en mode projet
- Coordonner l'action des différents professionnels impliqués dans la mise en œuvre du projet d'action commerciale
- Animer les réunions jalonnant la réalisation des actions commerciales
- Communiquer sur le projet d'action commerciale auprès de ses différentes parties prenantes internes et externes
- Évaluer en continu les performances des actions commerciales réalisées
- Rendre compte de la performance de l'activité commerciale sur son périmètre

Bloc développement durable

- Un module au choix : Transition agroalimentaire / Sobriété numérique / Consommation responsable
- Développer les connaissances et compétences métier autour des enjeux de transition écologique

Évaluation

En cours de formation, chaque matière est évaluée sous forme de contrôle continu (devoirs écrits et évaluations orales, QCM, ...).

Afin de valider les différents blocs concourant à l'obtention du Diplôme, 3 types d'évaluations sont prévues :

- Evaluations écrites (études de cas).
- Evaluation en entreprise par le Maître d'Apprentissage.
- Ainsi que des rapports écrits et soutenances orales devant un jury de professionnels.
- Obtention du diplôme à 500 points sur 1000 points.

Épreuves – Total points par bloc et modalité d'évaluation – Points 1 000

Bloc 1 – Élaboration du plan opérationnel de développement commercial omnicanal - 100pts - dossier écrit

Bloc 2 – Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de prospection omnicanale - 225pts - Deux études de cas, l'une de 2h l'autre de 3h

Bloc 3 – Construction et négociation d'une offre commerciale - 250 pts - Oral 20 min + écrit + oral 40 min

Bloc 4 – Management de l'activité commerciale en mode projet - 175 pts - dossier + oral 20 min + étude de cas 2h

Pratique professionnelle et évaluation - Mission en entreprise - Dossier + soutenance de 45 min - Ecrit 75 pts / oral 125 pts / évaluation tuteur 50 pts

Les possibilités de débouchés

Poursuites études

Mastère Manager de Business Unit

...

Débouchés

Responsable technico-commercial (ROME : D1407)

Responsable commercial (ROME : M1707)

Responsable de la stratégie commerciale (ROME : M1707)

Responsable e-commerce (ROME : M1707)

Responsable du développement commercial (ROME : M1707)

Cadre technico-commercial (ROME : D1407)

Conseiller commercial banque ou assurance (ROME : C1206 - C1102)

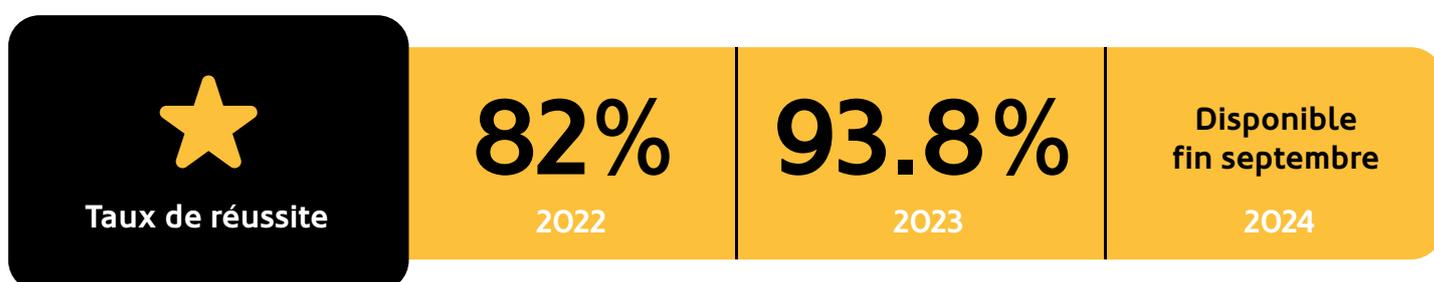
[Plus d'informations ici ==>>](#)



Financement

- Coût indicatif de la formation en contrat d'apprentissage : 7 914€, coût indicatif de la formation en contrat de professionnalisation : 7 005€.
- Dans le cadre d'un contrat en alternance, les frais pédagogiques sont pris en charge par l'OPCO de l'entreprise.
- Il n'y a aucun reste à charge pour l'alternant.

Chiffres Clés



100%

Taux de présentation aux examens

54%

Taux de poursuite d'étude

86%

Taux d'insertion à 6 mois

21%

Taux de rupture

11%

Taux d'abandon



Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.