



RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Certification professionnelle reconnue par l'État niveau 6

L'objectif de la préparation au Titre certifié Responsable du Développement Commercial est de développer la performance et les compétences en marketing et management opérationnel d'unités et d'équipes commerciales.

Le (la) Responsable du Développement Commercial analyse et interprète les études marketing. Il (elle) suit l'évolution commerciale de la gamme, participe à la stratégie marketing de l'entreprise et au développement commercial de celle-ci. Il (elle) identifie les besoins de la clientèle et propose des produits nouveaux adaptés à ces besoins. Il (elle) développe un produit de sa conception à sa mise sur le marché, conçoit et met en oeuvre les plans marketing. Il (elle) coordonne les activités qui concourent à la réalisation de ces plans et élabore les supports d'aide à la vente. Il (elle) encadre et anime une équipe commerciale, développe et gère la relation « client ».

MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

- Salles équipées en matériel vidéo et informatique
- Formateurs issus du monde professionnel avec une forte expérience d'animation pédagogique
- Challenge Performance et PIGIER Business Class
- Accès à nos plates-formes pédagogiques

SUIVI ET ÉVALUATION DE VOTRE FORMATION

- Évaluation tout au long de la formation et entraînement aux épreuves de l'examen
- Suivi de la présence en formation par feuilles d'émargement
- Validation par la présentation à l'examen et la délivrance du Titre certifié Pigier, inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles.
- Taux de réussite session 2021 : 90 %

DURÉE ET RYTHME / 1 AN

FORMATION EN ALTERNANCE	FORMATION INITIALE PAR ALTERNANCE
3 jours par semaine en entreprise et 2 jours par semaine à l'école	65 jours ouvrés minimum de stage

VOS MODALITÉS D'ADMISSION

Pré-requis :

Etre titulaire d'un diplôme ou d'un titre de niveau 5 minimum. (BAC+2)

Modalités d'accès :

Tests en ligne et entretien individuel

VOTRE PÉRIODE EN ENTREPRISE

La formation théorique est complétée par la présence en entreprise, sous la forme d'un contrat de professionnalisation, d'apprentissage ou d'un stage (65 jours ouvrés minimum) qui permet de mettre en application les capacités acquises en cours et de les confronter à la réalité du terrain.



Programme et validation de la formation

BLOC 1 : DÉVELOPPER LES VENTES ET L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

Marketing analytique stratégique

La démarche analytique et le diagnostic. Étude des typologies et du schéma classique d'étude. Les stratégies marketing. Élaboration d'un plan marketing stratégique.

Budget

Étude de la rentabilité et du risque d'exploitation. Étude de la gestion prévisionnelle. Étude de l'investissement et de son financement.

Communication globale

Les fondamentaux. Les spécificités des types de communication. Le territoire et le discours de marque : process créatif et évaluation.

Webmarketing et droit des TIC

Termes usuels du webmarketing. Structuration d'un site web. Les moteurs de recherche et la « Google Dependence ». Le référencement publicitaire (SEM) et le référencement naturel (SEO). Définition d'un projet webmarketing. Autres campagnes webmarketing. La protection des personnes. La protection des consommateurs. La sécurité des systèmes de données. La protection des créations intellectuelles. Aspects contractuels des TIC. Cyberdroit.

BLOC 2 : GÉRER LES ACHATS ET LES VENTES

Relation clients, négociation et traitement des litiges

Prospecter. Négocier. Fidéliser. Contrôler. Focus sur la Gestion de la Relation Client (GRC).

Achats

Finalité d'une entreprise. Cohérence entre marché aval (clients) et marché amont (fournisseurs). Satisfaction client. Résultat économique. Découverte de l'organisation projet. Découverte de la conception à coût objectif.

BLOC 3 : ANIMER LA RELATION CLIENTS ET MANAGER L'ÉQUIPE COMMERCIALE

Management de l'équipe commerciale

Constitution d'une équipe. Encadrement de l'équipe. Techniques d'animation de l'équipe.

Marketing opérationnel

Les métiers du marketing. Les indicateurs clés en marketing et la mise en place des outils de veille. Le marketing mix. Le marketing relationnel.

Anglais

Firm, business and working abroad. Communication. Operational marketing. International trade.

ANIMATIONS PÉDAGOGIQUES

Challenge Performance

En équipe, les étudiants sont confrontés à la réalité de l'entreprise dans le cadre d'une simulation intégrant différents domaines : marketing, communication digitale, ressources humaines, recrutement, budget.

PIGIER Business Class

Conférence et débat sur l'évolution des métiers dans le domaine du commerce.

OPTIONS

- Préparation au TOEIC
- Préparation à la Certification Voltaire

ÉPREUVES	FORME	DURÉE	COEFF.
1. Mise en situation professionnelle	Écrite	6h	4
2. Épreuve de pratique professionnelle (négociation)	Orale	60 min + 30 min*	3
3. Rapport d'activités professionnelles	Écrite et Orale	20 min + 20 min*	3**

* Présentation ou préparation par le candidat + échange avec le jury

** Dont 1 point de coefficient pour l'évaluation en entreprise

Pour obtenir le titre, il faut avoir une moyenne générale égale ou supérieure à 10/20 ainsi qu'une note minimale de 7/20 à chaque épreuve.

N.B. Ce titre est également accessible par la voie de la VAE.

NOTE :