

PLAN DE FORMATION

Bachelor 3 Business Developer 2025-2026

490 heures

Certification professionnelle de Niveau 6 « Responsable du développement commercial », enregistrée au RNCP sous le numéro 38505, par décision du directeur général de France Compétences en date du 21 décembre 2023, délivrée par l'AIPF, code NSF 312.

I. LES OBJECTIFS

L'objectif de la certification est de former des Responsables du Développement Commercial, acteurs indispensables au développement stratégique et de la croissance de l'entreprise.

Par conséquent, l'objectif de la certification est de permettre aux candidats de développer une vision opérationnelle des activités de la société et de les articuler sur les dimensions développements et commerciales. L'hybridation et l'élargissement des compétences dans ce secteur conduisent le Responsable du Développement Commercial à exercer une fonction essentielle de chef de projet et de chef d'orchestre capable de faire collaborer des services fonctionnels et transverses au service de la croissance de l'entreprise, du client et de sa satisfaction. Les attentes en matière de relation client ont ainsi fait évoluer le responsable commercial en un acteur du suivi global du développement commercial, des ventes, de la relation et de l'expérience client dans un contexte caractérisé par :

- La transformation digitale, impactant les processus commerciaux et la relation client.
- La nécessité d'unifier la démarche commerciale et ses liens avec la démarche marketing dans une fonction cohérente spécifiquement dédiée au développement commercial et à la valorisation des actifs de l'entreprise.
- L'élargissement des fonctions à l'ensemble de la relation et de l'expérience client, ainsi qu'à l'évolution du modèle managérial.

Le Responsable du développement commercial en France et/ou à l'international :

- Participe à l'élaboration de la stratégie opérationnelle de développement commercial et marketing omnicanal d'un domaine d'activité stratégique
- Conçoit et présente le plan d'action commercial et marketing de l'activité
- Optimise de façon continue le business plan et les éléments de suivi du plan d'action commercial
- Met en œuvre de la stratégie commerciale, RSE et marketing de l'entité d'une entreprise
- Organise et planifie l'activité commerciale de l'entité d'une entreprise
- Pilote l'activité commerciale
- Assure le suivi de la relation client
- Assure le suivi financier de l'activité commerciale

- Accompagne la gestion des ressources humaines d'une équipe commerciale et en assure la coordination
- Collabore avec une équipe diversifiée en réduisant l'impact environnemental.
- Evalue en continue l'efficience de la stratégie marketing digitale fondée sur l'innovation
- Participe à l'élaboration de nouveaux processus, idées, produits/services en mode agile

II. LES MODALITÉS ET CONDITIONS D'ACCES

Admission ouverte sur concours aux titulaires ou candidats d'un BAC+2, d'un diplôme de niveau 5 ou ayant validé deux années de formation (120 ECTS).

Les candidats à l'admission répondent sur une plateforme de gamification automatisée à un QCM de positionnement composé de questions réparties entre les domaines suivants : Stratégie, Commerce, Marketing, Management, Technologie-Digital et Langue Française. Ce QCM de positionnement est évalué et conditionne l'accès à la préparation de la certification.

Selon le parcours du candidat et de manière complémentaire au QCM de positionnement, un entretien d'admission est organisé pour valider les acquis du candidat, définir ses besoins de formation et lui proposer l'accès à un parcours complémentaire à réaliser en amont de l'accès à la préparation de la certification.

III. LE CONTENU DE LA FORMATION

BLOC 1 – Définir la stratégie opérationnelle de développement commercial d'une entreprise

90h30

- Réaliser une analyse de son marché au moyen d'un diagnostic stratégique et d'une veille stratégique afin d'identifier les forces, faiblesses ainsi que les opportunités et menaces de son/ses domaine(s) d'activité.
- Identifier les parties prenantes internes et externes en réalisant un recensement systématique des acteurs clés sur l'activité commerciale afin d'identifier leur influence directe ou indirecte sur l'activité économique et commerciale de son périmètre.
- Hiérarchiser les cibles en tenant compte des volumes et de la rentabilité afin de prioriser les actions à mettre en œuvre.
- Définir les objectifs du plan de développement commercial en prenant en compte les objectifs stratégiques, les moyens mis à disposition et l'horizon temporel du développement attendu afin de structurer le cadre opérationnel du business plan.
- Planifier les différentes actions à mettre en œuvre en respectant les contraintes financières, techniques et humaines nécessaires pour atteindre les objectifs fixés au terme du plan.
- Présenter le plan de stratégie commerciale et marketing de son périmètre au moyen d'un dossier construit dans l'objectif d'obtenir une validation des moyens financiers nécessaires et humains pour mettre en œuvre la stratégie commerciale et son plan d'action associé.
- Réaliser une veille concurrentielle, commerciale, technique et technologique continue en recoupant divers flux et canaux d'informations afin de disposer d'une analyse permanente et pertinente de l'environnement concurrentiel de son périmètre et relayer l'information auprès de

la direction.

- Proposer les ajustements du plan de stratégie commerciale en tenant compte de la veille et des niveaux de réalisation des objectifs dans le but d'assurer la cohérence entre la stratégie, les moyens et les résultats et soumettre ces propositions à la direction.

BLOC 2 – Déployer le plan de développement commercial d'une entreprise

120h30

- S'approprier le discours commercial et les supports de vente en fonction des évolutions du produit afin de promouvoir l'image et la notoriété de l'entreprise dans le cadre de présentations commerciales.
- Concevoir un plan de prospection commerciale ciblé à partir des objectifs et des moyens afin d'atteindre les niveaux d'objectifs validés dans le cadre de la stratégie commerciale et marketing de son périmètre.
- Réaliser un plan d'action commercial au moyen d'une analyse de marché afin d'atteindre les objectifs commerciaux validés dans le cadre de la stratégie commerciale de l'entité d'une entreprise.
- Organiser le développement ciblé d'un portefeuille commercial en tenant compte du parcours et de l'expérience client de l'entreprise afin d'identifier des prospects.
- Réaliser un entretien commercial adapté au contexte en respectant la trame commerciale de son entreprise afin d'élaborer une proposition commerciale chiffrée et complète correspondant aux besoins du client.
- Formaliser une proposition commerciale chiffrée et complète, en accord avec la stratégie commerciale et le positionnement de l'entreprise au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin de répondre aux besoins du client.
- Mener les négociations de vente au moyen des techniques adaptées afin d'ajuster une proposition commerciale aux besoins du client.
- Optimiser la gestion de la relation client au moyen des outils de management commercial mis à disposition par l'entreprise afin de satisfaire les clients, créer de la valeur et générer de la marge.
- Gérer les réclamations/litiges au moyen d'outils adaptés afin de renforcer la relation client et assurer la fidélisation client.
- Concevoir un budget commercial au moyen d'outils adaptés et à partir d'hypothèses en matière de prix de vente et marge afin de structurer l'activité commerciale et les actions à déployer.
- Piloter le budget commercial au moyen d'indicateurs de performance clé (KPI) et de tableaux de bord afin de suivre et évaluer l'évolution de la trajectoire commerciale.

BLOC 3 – Manager les équipes commerciales et fonctionnelles d'une entreprise

119h00

- Participer aux activités de recrutement du personnel en collaborant avec le service RH afin d'aligner ses actions avec la politique RH, les objectifs fixés, les règles de droit et les règles de fonctionnement internes de l'entreprise.
- Coordonner la répartition des tâches d'une équipe commerciale au moyen des outils mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser les compétences individuelles et collectives et atteindre les objectifs d'efficacité opérationnelle fixés.
- Développer les compétences et niveau de formation de son équipe en lien avec le service RH en communiquant la stratégie à adopter et en contrôlant régulièrement les résultats et

- l'utilisation des moyens techniques mobilisés afin de soutenir le développement de l'activité.
- Accompagner individuellement les membres de l'équipe en partant des besoins et objectifs du groupe afin d'optimiser la performance collective et la qualité des relations internes.
- Animer une équipe en réseau en utilisant les nouvelles technologies afin d'optimiser le temps et la productivité de l'équipe.
- Communiquer sur les réseaux professionnels et d'affaires en créant et relayant de l'information dans le but de promouvoir l'entreprise, conforter son image et développer le portefeuille clients.
- Piloter au quotidien les objectifs individuels et collectifs de son équipe en réévaluant la performance opérationnelle au regard des moyens et du contexte afin de proposer des plans d'optimisation.
- Contrôler la performance de l'équipe au moyen de suivi d'indicateurs afin de maintenir une qualité de service optimum.
- Gérer les équipes en tenant compte de la diversité et des situations de handicap dans l'objectif de créer un environnement de travail inclusif et une cohésion d'équipe.

BLOC 4 – Contribuer à l'innovation commerciale d'une entreprise en mode agile

102h00

- Impulser des évolutions et innovations de développement commercial et marketing créatives et originales en faisant remonter des informations du terrain afin de contribuer à l'émergence de projets innovants, agiles et créateurs de valeur.
- Mettre en œuvre une méthode de gestion de projet d'affaires agile à l'aide d'outils de gestion de projet mis à disposition par l'entreprise afin d'optimiser le travail collaboratif, la circulation de l'information interne et l'avancement des projets.
- Coopérer avec les fonctions transverses /support en partageant de l'information et remontant les problématiques issues du terrain afin d'optimiser la mise en œuvre des projets innovants.
- Présenter les projets de développement d'affaires innovants de l'entreprise en les défendant auprès de la direction commerciale et marketing afin de répondre aux besoins de l'activité commerciale.
- Intégrer la stratégie RSE dans les actions de communication de l'innovation commerciale et marketing en s'appuyant sur les valeurs sociétales et environnementales de l'entité afin de renforcer l'image de l'entreprise et son impact.
- Mettre en œuvre la stratégie marketing digital d'une entreprise en utilisant les innovations en matière de IA/DATA afin d'accroître la visibilité, la notoriété de l'entreprise et augmenter les ventes.
- Mesurer l'efficacité de communication de l'innovation au moyen d'indicateurs afin d'évaluer l'impact des actions de communication des projets d'innovation auprès des cibles.

Epreuve Dossier professionnel – Travaux professionnels

58h00

Le dossier professionnel relate les missions qui ont été confiées à l'apprenant dans son environnement professionnel. Cet environnement donnera lieu à une contextualisation. Dans le dossier sont aussi insérées les bonnes pratiques, les difficultés rencontrées et les moyens de les surmonter, les suggestions ou solutions qui ont permis des gains démontrant la contribution personnelle de l'apprenant à la pérennité de l'entreprise. Il sera abordé tous les axes de développement ou de

progression envisagés par l'entreprise et par l'apprenant, ainsi que toutes les pistes d'amélioration en cours de mise en œuvre que l'apprenant aura pu observer et qui sembleraient intéressantes à analyser.

Le travail est effectué en temps limité sur une durée totale de 11 mois soutenu devant un jury. Le salarié acquiert et met en œuvre des capacités d'analyse, de respect du formalisme académique et des exigences professionnelles.

Il est encadré par des suivis et un module de Méthodologie.

Le choix des blocs de compétences abordés parmi les 4 existants est libre en fonction de l'expérience vécue par le candidat en entreprise.

La validation du dossier professionnel est indispensable pour obtenir la validation de la certification.

IV. LES MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Dans le cadre de cette formation, les salariés sont accueillis dans des salles de cours équipées en postes informatiques et vidéoprojecteurs. Ils profitent, en parallèle d'une salle informatique, de photocopieurs et d'imprimantes en libre-service.

Dès leur inscription, les salariés se voient attribuer une adresse électronique et un compte informatique pour accéder au réseau Wifi de l'école et à la plateforme LMS.

A partir de la plateforme pédagogique collaborative 360 Learning (le « LMS »), les salariés disposent des éléments suivants : calendriers des études et des stages, emplois du temps, actualités et événements de l'école, attestation de formation, documents et informations administratives.

Les salariés ont également accès sur cette même plateforme aux contenus pédagogiques déposés : cours vidéo-enregistrés, les supports de cours, les documents de travail et les exercices, les consignes d'évaluation.

ICL dispose également sur ses campus de ressources multimédia ayant pour vocation de répondre aux besoins d'information et de documentation des salariés et des enseignants de l'école. Des ordinateurs connectés à internet sont également à disposition.

Les campus sur lesquels ICL est déployée sont classés ERP et permettent l'accueil de personnes en situation de handicap.

Méthodes pédagogiques

L'année de formation se divise en 4 séquences distinctes. Chaque séquence correspond à un des 4 blocs de compétences du référentiel de compétences de la certification. Chaque séquence a une durée comprise, selon le bloc, entre 1.5 et 3 mois environ.

Chaque séquence et donc chaque bloc de compétences commence par une présentation introductory. Cette présentation indique aux salariés le contenu du bloc, son organisation, les compétences à

acquérir, les thèmes et la ou les méthodes de suivi et de validation d'acquisition des compétences qui seront utilisé(s).

Faisant suite à la présentation introductory du Bloc, les salariés suivent des cours magistraux qui leur permettent de prendre connaissance des éléments théoriques indispensables à l'acquisition et à la mise en œuvre des compétences visées dans le bloc.

Chaque cours (sauf exception) est complété de contenus digitaux (blended/e-learning). Ces contenus sont accessibles via la plateforme LMS. Un suivi est réalisé par les équipes pédagogiques afin de suivre la progression des apprenants. Plusieurs indicateurs sont pris en compte : le taux de participation global, l'avancement individuel du parcours intégral, l'avancement individuel pour chaque séance du parcours, le temps passé. En cas de questions sur les contenus, l'apprenant peut solliciter le formateur référent du bloc lors du coaching final assuré en fin de bloc. Un accompagnement technique est également disponible sur la plateforme LMS. Un onglet « Support » permet d'ouvrir le centre d'aide à l'apprenant afin de consulter des ressources, ou envoyer un message en cas de problème ou question.

Les cours magistraux sont accompagnés de travaux (travaux individuels et/ou d'équipe en fonction des contraintes du référentiel de compétences de la certification) durant lesquels les salariés s'exercent à la mise en pratique des compétences. Les exercices de mise en pratique se basent majoritairement sur des cas réels créés en collaboration avec les entreprises partenaires de l'ICL. Les salariés sont encadrés dans la réalisation de ces travaux par des séances de coaching. Ces travaux dirigés peuvent prendre plusieurs formes : études de cas, simulations de missions de conseil, challenges commerciaux, jeux de rôle, etc...

Chaque bloc se clôture par la ou les épreuves finales de bloc. Ces épreuves reprennent les modalités d'évaluation du référentiel de compétences de la certification et clôturent le processus de suivi d'acquisition des compétences. Les épreuves sont suivies d'un moment d'échange entre formateurs et salariés pour opérer un retour d'expérience.

Préalablement à l'ensemble des actions décrites ci-dessus, l'année commence par un séminaire introductif de développement personnel renforçant l'esprit d'appartenance à l'école et la cohésion de groupe.

L'articulation transversale du programme permet de bâtir une progression pédagogique et de coordonner les enseignements et les missions réalisées en entreprise. De plus, l'organisation pédagogique des lancements de bloc, des cours magistraux, des travaux dirigés, des séances de coaching et des temps de retours d'expérience permettent aux salariés de mieux appréhender la transversalité des enseignements.

V. LES MOYENS D'ENCADREMENT

Une équipe d'intervenant assure la qualité de la formation.

La liste est en annexe de ce document, elle est non exhaustive et sera mise à jour lors de la rentrée.

Un référent de la mobilité nationale et internationale est à la disposition des apprenants afin de les accompagner dans leur mobilité au sein de nos campus et à l'international : Philippe Akueson.

- Pour une mobilité nationale : referentmobilitenationale@competences-developpement.fr

- Pour une mobilité internationale : referentmobiliteinternationale@competences-developpement.fr

VI. LES SUIVS ET ÉVALUATIONS

Suivi

Une feuille de présence numérique est éditée pour chacun des modules programmés. Ces feuilles de présence sont obligatoirement signées par l'apprenant et l'enseignant.

De plus, une enquête d'évaluation sur les enseignements est soumise en fin de chaque bloc aux apprenants. Ils évaluent pour chaque module :

- Adéquation des méthodes pédagogiques utilisées
- Respect du syllabus
- Supports et ressources utilisés
- Equilibre entre apports théoriques et pratiques
- Présentation des modalités d'évaluation

Évaluation et contrôle des compétences acquises en centre de formation

Il est accordé une importance toute particulière au bon fonctionnement des épreuves d'évaluation qui constituent pour l'équipe pédagogique d'encadrement un moyen privilégié d'appréciation du travail fourni par les salariés.

L'évaluation du travail du salarié est effectuée par bloc de compétences selon différents modes détaillés dans le référentiel de compétences de la certification (études de cas, jeux de rôle, dossier et travaux professionnels individuels ou collectifs).

L'évaluation s'effectue au moyen de grilles d'évaluation et de suivi d'acquisition des compétences composées de critères spécifiques à chacun des blocs de compétences, ces critères sont détaillés dans le référentiel de compétences de la certification.

Un bloc de compétences est acquis lorsque l'ensemble des compétences du bloc sont validées. Les jurys sont la plupart du temps composés de deux personnes. Si une ou plusieurs compétences ne sont pas validées dans le bloc, le salarié peut se voir proposer un rattrapage par le conseil pédagogique (qui se réunit à la fin de chaque bloc de compétences).

Évaluation et contrôle des compétences acquises en entreprise

L'évaluation des compétences acquises en entreprise est majoritairement réalisée dans le cadre de la validation des compétences basée sur l'épreuve du Dossier professionnel mentionnée dans le référentiel de compétences de la certification et intégrée dans le programme. Les compétences professionnelles et comportementales du salarié sont appréciées et évaluées sur la base du dossier individuel et de sa soutenance de fin d'année.

Les missions en entreprise sont vérifiées lors du positionnement de l'apprenti au sein de sa structure d'accueil à par une fiche de validation de missions.

En sus, des bilans sont effectués au sein de l'entreprise d'accueil en présence du salarié afin de s'assurer de la bonne adéquation entre les missions réalisées en entreprise et les compétences de la certification préparée.

Ces bilans sont retranscrits au travers d'une grille de mission complétée par l'entreprise d'accueil.

Enfin une évaluation est réalisée par l'apprenant (auto-évaluation) et par le tuteur entreprise pour évaluer l'acquisition des compétences du référentiel de la certification en lien avec les missions réalisées en entreprise.

VII. LES CONDITIONS D'OBTENTION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE OU DU DIPLOME

Évaluation

La certification professionnelle de niveau 6 (Eu) "Responsable du développement commercial" enregistrée au RNCP sous le n°38505 par décision de France Compétence du 21 décembre 2023, délivrée par AIPF, est attribuée par le jury de délivrance à tout apprenant ayant validé la totalité des blocs de compétences ainsi que l'épreuve finale.

Composition du jury de délivrance de la certification

Qualité du / de la président·e du jury : Le/la président·e du jury est le/la Directeur/Directrice Général·e de l'AIPF, organisme certificateur.

Mode de désignation : Désigné par le/la Président·e de l'association AIPF, en Conseil d'Administration.

Le jury est composé de 5 personnes :

- Dont 3 personnalités externes, issues des milieux professionnels visés par la certification, indépendantes de l'organisme certificateur :
 - 1 représentant·e d'un organisme professionnel ;
 - 1 dirigeant·e d'entreprise ;
 - 1 professionnel·le salarié·e.
- Dont 2 représentant·e·s de l'organisme certificateur :
 - Le/la Directeur/Directrice Général·e ou son/sa représentant·e ;
 - Le/la Directeur/Directrice Académique de l'organisme certificateur ou son/sa représentant·e.

L'une des personnalités extérieures peut être un·e ancien·ne titulaire de la certification.

La composition du jury s'efforce de respecter la parité Hommes/Femmes.

Le jury national de délivrance de la certification se réunit une fois par an et statue sur la liste des salariés admis, ajournés et non certifiés. Les décisions du jury sont sans appel.

VIII. LES MODALITÉS D'ORGANISATION

Nos campus sont ouverts de 8h00 à 18h00.

Un guide « Bien vivre mon année, le guide de tous les services aux apprenants » est remis chaque année aux apprenants dès leur inscription. Ce guide comporte des informations sur l'accessibilité et l'aménagement du campus.

IX. RECUEIL DES APPRÉCIATIONS

Dans le cadre de sa démarche qualité, l'école recueille les appréciations des apprenants par module ou à la fin de chaque semestre sous la forme d'un questionnaire de satisfaction en ligne. Il recueille également la satisfaction globale des apprenants en fin de formation.

Les questions portent sur la formation ainsi que sur les conditions de vie et de travail à ICL.

Les données recueillies sont analysées et permettent d'assoir une démarche d'amélioration de la qualité des cours dispensés.

ANNEXE

Liste des intervenants du programme (liste non exhaustive)

NOM – Prénom	Qualification
BACHELARD Xavier	Formateur/Consultant stratégie commerciale et marketing
BAILLOT Pierre-Jean	Formateur/Consultant stratégie internationale
BERRUYER Fabien	Directeur commercial et consultant/formateur management
BESNIER Isabelle	Formatrice marketing commercial et management
BILLARD Maika	Formatrice expression et communication professionnelle
BLANC-GONNET Sylvie	Coach professionnelle management
BLIN Ludovic	Formateur développement commercial
BOUTARBOUCH Hamid	Directeur Commercial/Chief Revenue Officer
CAILLIEZ Valérie	Formatrice/Consultante stratégie et innovation
CAUTERMAN Gilles	Formateur/Consultant management et relation client
CECCHINEL GILITOS Lucie	Formatrice/Consultante communication et stratégie digitale
CHAGNAUX Pierre-Luc	Formateur développement commercial
CHARMOILLE François-Xavier	Formateur/Consultant management
CLAIR Hombeline	Conseillère en développement commercial
CLEMENT Didier	Formateur/Consultant management
COCHARD Florent	Consultant management opérationnel et pilotage de projets de transformation
EL HIYANI Rhizlène	Formatrice développement commercial
FLAHAUT Thierry	Formateur développement commercial et Mandataire d'assurance
FLASQUE Damien	Formateur/Consultant marketing digital et data
FORGET Thierry	Formateur/Consultant marketing stratégique et développement commercial
GEOFFRAY Michèle	Formatrice/Consultante stratégie d'entreprise et stratégie prospective
GOSSELIN Vanessa	Dirigeante d'agence immobilière
GUIGAL Sabrina	Formatrice/Consultante en stratégie commerciale
HAIE Kanita	Formatrice/Consultante management et stratégie commerciale
HERNANDEZ Thomas	Formateur développement commercial
KOWALZCSYK Sébastien	Formateur/Consultant relation client et management de projet
LAHRECHE Samira	Formatrice marketing, communication et marketing digital

LASCARY Yannick	Formatrice/Consultante management et développement commercial
MALINOWSKI Didier	Formateur/Consultant développement commercial et management
MANDOT Jenifer	Formatrice/Consultante management
MARESCAL Noémie	Formatrice/Consultante stratégie marketing et parcours client
MARITAZ Jérémy	Formateur marketing digital, développement commercial et négociation
MARLIER Frédéric	Formateur management et Directeur expérience client et marketing
MARTIN Chrystèle	Formatrice développement commercial
MAURY Amandine	Formatrice et directrice d'agence immobilière
MOUJOUIL Emmanuelle	Directrice d'agence et Business Manager
PICCONE Karine	Formatrice/Consultante développement commercial et marketing
RENOUD Aude	Formatrice marketing digital et pilotage de la performance marketing
ROCHAS Marie-José	Formatrice en management de projet
ROUX Pierre-Adrien	Formateur/Consultant et coordinateur de projets numériques
SAIGHE Mohamed	Formateur/Consultant développement commercial
THELLIEZ Olivier	Formateur en développement commercial et gestion de projets
TOURET Valentin	Formateur et consultant en prise de parole en public
TRAN Julie	Formatrice en communication et réseaux sociaux
TRAN Martin	Formateur stratégie social media et Responsable marketing et communication
TRENTESEAUX Olivier	Consultant en évolution professionnelle
WALLYN Nicolas	Formateur/Consultant négociation