

Bachelor Responsable développement commercial

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

IPCEM
marie puyalte renaux
05.56.33.27.34
marie.renaux@ipcem.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Dossier
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Niveau 5 : DEUG, BTS, DUT, DEUST
(Niveau 5 européen)

Conditions d'accès :

* Avoir entre 16 et 29 ans révolus

Prérequis pédagogiques :

Bac+2 validé

Contrat de
professionnalisation
possible ?

Non

Objectif de la formation

Selon la taille de l'entreprise et son organisation interne, le responsable du développement commercial endosse des responsabilités plus ou moins élargies dans l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie commerciale, et doit assurer tout ou partie des activités inhérentes. La complexité de son activité dépend également en grande partie du secteur d'activités, du niveau concurrentiel de son marché et de son implantation (régionale, nationale, internationale). Selon Les Métiers en 2030 – rapport coréalisé par France stratégie et la Dares, les cadres commerciaux font partie d'une typologie de métiers qui pourraient manquer de main-d'œuvre, aggravant les tensions actuelles sur le recrutement. Dans cette catégorie, qui inclut les métiers expérimentés ou de seconde partie de carrière, le recrutement se fait plutôt parmi des personnels expérimentés (peu de débutants) et les départs en fin de carrière sont importants. Afin de réduire les tensions sur le recrutement, il serait nécessaire de diversifier les canaux de recrutement, en attirant des professionnels en provenance d'autres métiers (mobilités), des professionnels déjà en poste, ou des jeunes débutants. Cette démarche devra être accompagnée de l'adaptation des dispositifs d'accompagnement, proposer des formations spécifiques et former des chômeurs à des métiers qui recrutent, y compris des cadres commerciaux. Compétences attestées : - Réaliser le diagnostic stratégique de l'entreprise - Définir les objectifs commerciaux - Élaborer le plan d'actions commerciales - Mettre en œuvre le plan d'actions commerciales - Évaluer la performance commerciale de l'entreprise - Contrôler le plan d'actions commerciales - Définir la stratégie commerciale de l'entreprise - Intégrer les typologies des clients dans la stratégie commerciale - Établir une politique de prix - Mettre en œuvre la stratégie commerciale omnicanale - Construire une proposition commerciale sur mesure - Développer la stratégie de prospection omnicanale - Construire une stratégie de négociation commerciale - Développer le portefeuille clients - Implémenter une stratégie de fidélisation des clients - Développer une stratégie de relation client - Mettre

...

Contenu et modalités d'organisation

Bloc 1 : PILOTER LE DEVELOPPEMENT OPERATIONNEL DU PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES L'ETUDE DE MARCHE La démarche mercatique LE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE LA RECHERCHE D'ACTION COMMERCIALES LE PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES Bloc 2 DEVELOPPER LA STRATEGIE DE CROISSANCE DE L'ENTREPRISE STRATEGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE TYPOLOGIE DES CLIENTS L'ACTION PAR LE PRIX L'ACTION PAR LA COMMERCIALISATION Bloc 3 MANAGER UNE EQUIPE COMMERCIALE LE RECRUTEMENT LE PILOTAGE DE LA FORCE DE VENTE

Parcours de formation personnalisable ? Oui Type de parcours Non renseigné

Validation(s) Visée(s)

Chargé de développement marketing et commercial - Niveau 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

Et après ?

Suite de parcours

BAC 4/5

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00430463	du 16/09/2024 au 01/07/2025	Bordeaux (33)	IPCEM		Non éligible	