

## Bachelor Marketing Commerce et Négociation

*RNCP35754- Responsable du Développement d'Unité Commerciale - IPAC*

*Niveau 6 (Bac+3)*

Enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP),  
par arrêté du 26/06/2016 publié au Journal Officiel du 07/06//2016. Titre de niveau 6, code NSF : 312



*Formation diplômante et certifiante*

### **Objectifs :**

Le Titre Responsable du Développement D'unité Commerciale a pour objectif de former des cadres opérationnels dans le domaine du marketing, du management et de l'international en développant leurs compétences professionnelles en techniques de vente, en marketing et en développement commercial et en leur permettant d'acquérir une culture économique, juridique et européenne dans l'environnement commercial.

### **Débouchés et métiers visés :**

Responsable du développement, chargé d'affaires, directeur clientèle, responsable commercial, responsable des ventes, chef de secteur.

#### **Accueil et Inscription**

ESSENTIA CARAIBES

ZI Champigny Immeuble Laguerre, Bat. A  
97224 Ducos

Tél. 0596 55 03 81 – Fax. 0596 50 03 79

[contact@essentia-caraibes.org](mailto:contact@essentia-caraibes.org)

#### **Responsable Pédagogique**

M. CAFARDY

#### **Responsable Administrative**

***Référent Handicap***

Mme LAMPIN

#### **Assistante Administrative**

Mme TATLOT

Durée : 1an - formation continue en rythme alterné  
650h (80h projet tutoré) 4 mois de stage

***Période : du 09 octobre 2023 au 30 septembre 2024***

#### **Conditions d'accès**

Bac + 2 ; BTS-DUT

120 crédits ECTS

Possibilité :

Validation des acquis professionnels (VAP)  
Validation des acquis par l'expérience (VAE)

#### **Inscription**

- Admission sur dossier, entretiens
- Inscription définitive dès réception de la notification d'admission en formation



#### **Financement de la formation**

##### **Type de contrat**

Apprentissage

Professionalisation

##### **Financement public**

CPF, pôle emploi, CTM, Transition Pro

##### **Financement personnel**

##### **Devis personnalisé sur demande**

Echéancier sur 12 mois

**Tarif : nous contacter**



##### **Rythme de l'alternance**

Ecole : Jeudi, vendredi, samedi  
semaine complète

Entreprise : Lundi, mardi, mercredi

Nombre d'heures en entreprise

560 h (stage)

##### **Niveau de sortie**

Niveau 6 (bac+3) – 160 ECTS

##### **Suite de parcours**

MBA Manager du développement commercial  
(niveau 7 – bac+ 5)

##### **Prochaine session**

Octobre 2023 – Septembre 2024

##### **Accessibilité handicap**

Site accessible



## Contenu de la formation

Unités d'enseignement

- UE Activité Développement commercial – *66 heures*
- UE Activité Expérience client – *154 heures*
- UE Activité Management – *110 heures*
- UE Activités complémentaires – *320 heures*

## **Compétences**

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation par le biais des enseignements et en entreprise dans le cadre de l'alternance.

### **RNCP35754BC01- Conception et organisation de la mise en œuvre des stratégies de développement commercial**

Mettre en place une veille stratégique en s'appuyant sur les outils adaptés pour réaliser un diagnostic externe afin d'identifier les opportunités de développement et les facteurs de risques en vue d'orienter l'activité commerciale physique et/ou digitale sur la zone de chalandise nationale et/ou internationale considérée.

Analyser la structure du portefeuille client en s'appuyant sur les données du CRM (Customer Relationship Management/Gestion de la Relation Client) et/ou les données issues du e-commerce pour évaluer la valeur commerciale des clients et son évolution afin d'établir un diagnostic interne mettant en relief les forces et faiblesses structurelles du portefeuille.

Concevoir les stratégies de fidélisation online et/ou offline en s'appuyant sur l'analyse du portefeuille clients, sur le benchmarking (comparaison des bonnes pratiques) et les outils digitaux pour anticiper et satisfaire les besoins de la clientèle nationale et/ou internationale afin d'augmenter la fréquence d'achat, le taux de transformation et le panier moyen de produits et/ou services des clients du portefeuille en vue d'accroître le chiffre d'affaires et/ou le volume et la rentabilité de l'UC.

Concevoir des stratégies de conquête online et/ou offline en s'appuyant sur les diagnostics interne et externe pour élargir le portefeuille client afin d'accroître le chiffre d'affaires et/ou le volume et la rentabilité de l'UC.

Définir un plan d'actions commerciales en déterminant les objectifs, les actions opérationnelles online et/ou offline, les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires pour mettre en œuvre les stratégies de développement commercial au sein de l'UC en cohérence avec les axes stratégiques définis par la direction dans le respect de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE).

Mesurer la performance commerciale en s'appuyant sur les KPI (Key Performance Indicators/Indicateurs Clés de Performance) propres au commerce et/ou e-commerce, au secteur d'activité et à la zone géographique d'influence de l'UC en intégrant les enjeux de la RSE pour contrôler la bonne exécution du plan d'actions afin d'opérer les ajustements nécessaires dans le respect de la stratégie globale de l'entreprise et des réglementations en vigueur.

### **RNCP35754BC02- Management de l'expérience client dans un contexte omnicanal**

Conduire les actions de conquête et de fidélisation prévues dans le plan d'actions commerciales en synergie avec l'ensemble des services concernés pour développer le portefeuille client afin d'atteindre les objectifs commerciaux fixés.

Analyser le parcours d'achat des clients selon les points de contacts digitaux et/ou physiques avec la marque et/ou l'entreprise pour identifier leur comportement de consommation afin de fluidifier leur expérience utilisateur sur tous les canaux de distribution et de communication.

Exploiter la data de l'ensemble des canaux de distribution pour réaliser une analyse prédictive des besoins de la clientèle afin de mettre en œuvre des actions de personnalisation de l'expérience client omnicanal dans le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).



Communiquer à l'oral et/ou à l'écrit en français et/ou en anglais en utilisant la terminologie professionnelle propre au secteur d'activité de l'UC pour s'adapter aux attentes spécifiques d'une clientèle nationale et/ou internationale afin d'engager une relation d'affaires efficiente.

Négocier une offre commerciale complexe en français et/ou en anglais en tenant compte des attentes et intérêts respectifs des parties prenantes pour formaliser un accord gagnant-gagnant sur les conditions de la transaction afin de garantir une relation d'affaires pérenne et rentable dans le respect de l'éthique et de la Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE).

Rédiger une proposition commerciale complexe personnalisée en français et/ou en anglais en s'appuyant sur un entretien et/ou les données numériques collectées pour satisfaire une demande spécifique d'un client afin de conclure un contrat de vente dans le respect des réglementations en vigueur (code du commerce, code de la consommation) et de procurer une expérience client à forte valeur ajoutée génératrice de fidélité et d'engagement vis-à-vis de la marque. Traiter, en relais de l'équipe de vente, les réclamations et/ou litiges complexes émis online et/ou offline en utilisant les techniques de négociation pour décider des suites à donner dans le respect du cadre réglementaire et de la charte éthique de l'entreprise afin de réduire l'impact des contentieux sur les performances de l'UC et de préserver la satisfaction client.

Analyser la satisfaction client en utilisant les indicateurs de mesure de l'expérience client dans le cadre d'un process de contrôle qualité pour identifier les axes prioritaires d'optimisation de l'expérience client omnicanal afin de favoriser la fidélisation et de sécuriser le chiffre d'affaires.

#### **RNCP35754BC03-Manager la force de vente et l'unité commerciale**

Identifier les besoins en compétences de l'UC pour recruter l'équipe commerciale en collaboration avec le service des ressources humaines afin d'atteindre les objectifs du plan d'actions commerciales dans le respect de l'enveloppe budgétaire allouée, du cadre réglementaire de l'UC et des principes de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE).

Utiliser les techniques d'animation adaptées en faisant preuve de leadership pour obtenir l'adhésion et la cohésion de l'équipe de l'UC dans la mise en œuvre du plan d'actions commerciales afin de stimuler la performance commerciale individuelle et collective dans une démarche de prévention des risques psycho-sociaux.

Evaluer les performances individuelles et collectives de l'équipe commerciale en s'appuyant sur des indicateurs propres au secteur d'activité de l'UC pour mener les actions d'accompagnement et de formation nécessaires afin de sécuriser l'atteinte des objectifs fixés.

Organiser en mode projet le travail de l'UC en utilisant des outils collaboratifs pour développer la coopération et la communication interculturelle entre les personnes des différents services de l'entreprise impliquées dans le déploiement du plan d'actions commerciales afin de gagner en efficacité et en productivité.

Piloter le budget prévisionnel de fonctionnement et d'investissement nécessaire à l'activité de l'UC en construisant des tableaux de bord avec des indicateurs de suivi spécifiques pour maîtriser les coûts et défendre les marges afin de garantir la rentabilité financière de l'UC.

Construire une cartographie des risques propres à l'activité de l'UC en anticipant leurs impacts pour déterminer les modalités de leur couverture afin de garantir la pérennité de l'UC.

Exploiter les données de gestion commerciale et financière de l'UC en utilisant un outil de reporting pour rendre compte périodiquement des résultats qualitatifs et quantitatifs auprès de la direction afin de mesurer les écarts par rapport aux objectifs fixés dans le plan d'actions commerciales.



## Modalités et moyens pédagogiques

Enseignements en présentiel et à distance

- Cours magistraux
- Projet tutoré
- Dossier professionnel
- Etudes de cas
- Challenge des jeunes entrepreneurs
- Périodes professionnelles en entreprise

**Matériels** : ordinateurs portables, vidéo projecteurs, tableau interactif

**Ressources pédagogiques** : supports de cours, bibliothèque

**Intervenants** : enseignants spécialisés et professionnels

## Modalités d'évaluation

- Deux QCM + un cas pratique à la fin des matières dites « spécifiques »
- Un cas pratique à la fin des matières dites « techniques »
- Mises en situation professionnelle reconstituées écrites et/ou orales à partir de supports remis
- Soutenance d'un dossier professionnel
- Evaluation de la pratique professionnelle en entreprise

## Critères d'admission à la Certification

Chaque bloc de compétences est évalué par des mises en situation professionnelles reconstituées écrites et/ou orales. Chaque bloc de compétences est validé indépendamment et acquis définitivement.

Sont admis automatiquement au titre les étudiants qui, remplissent l'ensemble des conditions suivantes :

1. Toutes les notes de contrôle continu sont supérieures ou égales à 06/20
2. Toutes les notes des épreuves finales d'UE sont supérieures ou égales à 10/20
3. La moyenne par UE supérieure ou égale à 10/20.

## Critères de validation du Bachelor

Valident automatiquement le Bachelor, les étudiants qui, remplissent l'ensemble des conditions suivantes :

1. Toutes les notes de contrôle continu sont supérieures ou égales à 06/20
2. Toutes les notes des épreuves finales d'UE sont supérieures ou égales à 10/20
3. La moyenne par UE supérieure ou égale à 10/20.



## Les chiffres clés :

**Etudiants formés : 8**

**Taux d'obtention du diplôme : 87.5%**

**Taux d'insertion professionnelle : ? %**

**Taux de satisfaction : 69.2%**