

# BAC +3 RESPONSABLE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Le Bac+3 **Responsable Marketing Commercial** (RDC) est une formation de niveau bac+3 conçue pour former des professionnels capables de concevoir et de **mettre en œuvre des stratégies de marketing digital efficaces pour générer des prospects et des clients pour les entreprises.**

La pédagogie de cette formation repose sur un apprentissage pratique, **concret et adapté aux réalités du marché.** Les étudiants sont **encadrés par des professionnels du marketing** digital et de la communication, qui partagent leur expérience et leur expertise pour les guider dans leur apprentissage.

La formation est organisée autour de plusieurs modules clés, tels que **le marketing digital, la stratégie commerciale, la gestion de projet, la gestion de la relation client, la veille stratégique,** etc. Les étudiants ont également la possibilité de se spécialiser dans des domaines spécifiques du marketing digital, tels que la publicité en ligne, le référencement naturel, l'e-mail marketing, etc.



## CONTACT

ISPN LE HAVRE  
**99 rue du**  
**Général Hoche**  
02.35.25.07.68





## LES ORIENTATIONS

- Responsable développement
- Responsable commercial
- Responsable technico-commercial,
- Business developer,
- Responsable des ventes,
- Manager des forces de vente
- Responsable e-commerce

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il donne accès au titre certifié au RNCP 37849 de niveau 6 « Responsable Développement Commercial », date de l'enregistrement 19/07/2023 par INSTITUT DU MARAIS-CHARLEMAGNE-POLLES et permet de valider les compétences suivantes, en lien avec les attentes du marché :

### ■ BLOC 1 - PILOTER LE DÉVELOPPEMENT OPÉRATIONNEL DU PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

Pour élaborer une stratégie commerciale efficace, l'entreprise doit d'abord analyser ses capacités internes et son environnement externe à l'aide d'outils tels que SWOT, PESTEL et Porter. Ensuite, elle doit définir des objectifs commerciaux SMART et identifier les axes de croissance prioritaires. À partir de là, elle élabore un plan d'actions commerciales détaillé, en automatisant les tâches récurrentes et en adoptant une approche omnicanale pour toucher les clients. La performance commerciale est évaluée à l'aide d'indicateurs clés de performance et ajustée au besoin pour rester alignée sur la stratégie globale de l'entreprise.

### ■ BLOC 3 - MANAGER UNE ÉQUIPE COMMERCIALE

Ce plan stratégique pour la gestion de l'équipe commerciale met en avant la nécessité de recruter et former des membres possédant les compétences adéquates, tout en veillant à l'intégration des personnes en situation de handicap. Il recommande l'utilisation d'outils de suivi et de gestion pour piloter les activités commerciales et maintenir la cohésion de l'équipe. La motivation et le développement des compétences sont encouragés à travers des réunions régulières et des formations adaptées. La collaboration avec les départements marketing et communication est soulignée pour renforcer la valeur ajoutée des produits ou services. Enfin, l'évaluation continue des performances et l'ajustement des stratégies garantissent l'efficacité et la compétitivité de l'équipe sur le marché.

### ■ BLOC 2 - DÉVELOPPER LA STRATÉGIE DE CROISSANCE DE L'ENTREPRISE

La stratégie commerciale d'une entreprise repose sur une approche exhaustive, débutant par une analyse précise des clients et de leurs attentes, suivie par la fixation de politiques de prix alignées avec le marché et la qualité des produits. L'omnicanalité garantit une expérience client homogène, tandis qu'une proposition commerciale adaptée renforce la compétitivité. La prospection ciblée et la négociation stratégique enrichissent le portefeuille clients. La fidélisation, grâce à des initiatives spéciales et des programmes dédiés, stimule la croissance. Une relation client personnalisée, incluant la transformation digitale, optimise l'engagement et la satisfaction. Enfin, les partenariats commerciaux stratégiques ouvrent de nouvelles voies de croissance et renforcent la visibilité de l'entreprise.

Prérequis : Titulaire d'un Bac+2. Objectifs : Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales, Développer la stratégie de la croissance de l'entreprise, Manager une équipe commerciale. Durée : 527 heures. Modalités et délais d'accès : recrutement sur entretien et test dès janvier, rentrée en septembre : Recrutement dès janvier, rentrée en septembre. Tarifs : 4950€ par an en Initial ou 0€ en Alternance (prise en charge par l'entreprise). Méthodes mobilisées : Présentiel et moyen informatique mise à disposition. Modalités d'évaluation : CCF, épreuves ponctuelles et examen final. Accessibilité : Accès au personne en situation de handicap.