

# Formation : Parcours certifiant Élaborer un plan de développement commercial

**Bloc de compétences du titre RNCP 36610**

**Formation pratique - 10j - 70h00 - Réf. ZEP**

**Prix : 3810 € H.T.**

Ce parcours de formation représente le premier bloc de compétences constituant le titre certifié de niveau 6 (Bac +3) "Responsable du développement commercial" reconnu par l'État. Ce parcours vous apprendra les différentes étapes à suivre pour déployer et piloter une stratégie et un plan d'action commercial.

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Identifier les sources des études documentaires
- ✓ Maîtriser les méthodologies des études qualitatives et quantitatives
- ✓ Comprendre la démarche marketing stratégique
- ✓ Construire son Plan d'Actions Commerciales
- ✓ Connaître et comprendre les enjeux de l'expérience client
- ✓ Suivre, évaluer et adapter son Plan d'Action Commercial

## Public concerné

Toute personne souhaitant élaborer un plan de développement commercial.

## Prérequis

Être titulaire d'un diplôme de niveau 5 (Bac +2). Si ce n'est pas le cas, être titulaire d'un niveau 4 (BAC) et 3 ans d'expérience, sous réserve de la validation du dossier VAP par le certificateur.

## Certification

Bloc de compétences « Elaborer un plan de développement commercial », de la certification professionnelle « Responsable développement Commercial », délivrée par ESGCV. Enregistrée au répertoire national des certifications professionnelles, sous le numéro 36610, par décision du directeur général de France Compétences en date du 01/07/2022.

### PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant élaborer un plan de développement commercial.

### PRÉREQUIS

Être titulaire d'un diplôme de niveau 5 (Bac +2). Si ce n'est pas le cas, être titulaire d'un niveau 4 (BAC) et 3 ans d'expérience, sous réserve de la validation du dossier VAP par le certificateur.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Composition du parcours

Ce parcours est composé des modules suivants :

### Techniques d'études de marché et de sondages

Réf. TEM - 2 jours  4/5


### Concevoir et optimiser sa stratégie commerciale

Réf. STC - 2 jours  4/5

### Intégrer l'expérience client à sa stratégie marketing

Réf. ATY - 2 jours  4/5

### Bâtir et piloter le Plan d'Action Commercial

Réf. PAC - 3 jours  4/5

### Certification Élaborer un plan de développement commercial

Réf. ZPU - 1 jour

## Programme de la formation

### 1 Techniques d'études de marché

- Rédiger son cahier des charges à partir des différentes études
- Identifier les sources des études documentaires
- Maîtriser les méthodologies des études qualitatives et quantitatives
- Construire des études de satisfaction clientèle et tester des offres

### 2 Intégrer l'expérience client à sa stratégie marketing

- Connaître et comprendre les enjeux de l'expérience client
- Maîtriser les fondamentaux et utiliser des outils et méthodes adaptés
- Mettre en place et piloter une démarche d'amélioration de l'expérience client
- Renforcer l'engagement des collaborateurs dans la culture clients

### 3 Concevoir et optimiser sa stratégie commerciale

- Comprendre la démarche marketing stratégique
- Intégrer dans sa réflexion les outils marketing opérationnels
- Elaborer sa stratégie et se fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Construire son Plan d'Actions Commerciales
- Piloter et évaluer ses actions commerciales

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse [psh-accueil@orsys.fr](mailto:psh-accueil@orsys.fr).

#### 4 Bâtir et piloter le Plan d'Action Commercial

- Analyser son portefeuille ou son marché
- Fixer ses objectifs et élaborer sa stratégie commerciale globale
- Construire son Plan d'Action Commercial et le décliner en actions de marketing opérationnel
- Suivre, évaluer et adapter son Plan d'Action Commercial
- Promouvoir son Plan d'Action Commercial auprès de sa direction et de ses collaborateurs

#### Dates et lieux

##### CLASSE À DISTANCE

2026 : 18 mai, 28 sep.

##### PARIS LA DÉFENSE

2026 : 18 mai, 28 sep.