

**Titre : Manager de la stratégie Commerciale**

Niveau de qualification : Niveau 7

Code(s) NSF 310 : Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion  
312 : Commerce, vente

Formacode(s) : 34254 : Commerce international

34590 : Ingénieur affaires

34030 : Chef produit

34085 : Stratégie commerciale

Date d'échéance de l'enregistrement 01-06-2025

**BLOC DE COMPETENCE 1****RNCP36518BC01 - Elaborer la stratégie commerciale**

C.1.1. Analyser et formaliser le besoin en données « clients / prospects » pertinentes, utiles & utilisables afin de prendre des décisions éclairées dans le cadre de la stratégie commerciale.

C.1.2. Structurer le système d'information commerciale afin de collecter, de traiter et d'exploiter des informations adaptées.

C.1.3. Organiser, avec les équipes dédiées, le système d'information commerciale dans le respect de la réglementation informatique en vigueur.

C.1.4. Optimiser le système d'information commerciale, à partir de l'analyse des indicateurs de performance.

C.1.5. Effectuer un diagnostic externe & interne de l'entreprise au regard de son projet et / ou de ses produits par rapport aux tendances d'évolution sur les différents marchés étudiés. Déterminer en conséquence les facteurs clefs de succès et leur degré de maîtrise.

C.1.6. Définir le positionnement commercial [la segmentation stratégique : offre, cible & distribution omnicanale ou multicanale] de nouveaux marchés / segments ou de marchés existants en France et/ou à l'étranger en collaboration avec les directions opérationnelles de l'entreprise (marketing, production et exploitation), en appréhendant et en tenant compte des différences culturelles et de marchés.

C.1.7. Définir & formaliser une stratégie commerciale en cohérence et en collaboration avec les services concernés [directions générale / financières, etc.], dans le respect de la politique RSE et en prenant en compte les risques juridiques

C1.8. Présenter et défendre la stratégie commerciale auprès de la gouvernance en communiquant avec assertivité sur les piliers & les leviers de développement commercial. C1.9. Evaluer la performance commerciale selon les indicateurs définis et ajuster la stratégie commerciale. Réorienter si nécessaire le plan de la stratégie commerciale en proposant des pistes d'optimisation ou d'ajustements.

**BLOC DE COMPETENCE 2****RNCP36518BC02 – Organiser la stratégie commerciale**

- C2.1. Etablir et formaliser un plan d'action commercial structuré précisant les ressources nécessaires à mettre en œuvre et les organiser afin d'atteindre les objectifs définis, et ce en cohérence avec la politique RS.
- C2.2. Découvrir le besoin client (fonctionnement du process achat client) et qualifier son expression afin de consolider les piliers et leviers de la stratégie commerciale.
- C2.3. Définir et formaliser le tunnel de vente dans un objectif d'acquisition, de conversion et de fidélisation en identifiant par étapes, les objectifs, les actions et le résultat attendu.
- C2.4. Concevoir - co-construire, tester et mettre en place les prototypes de solutions, les moyens tactiques d'action et d'approches commerciales basées sur la prise en compte globale des observations issues de l'expérience et du parcours client.
- C2.5. Construire, identifier et développer un réseau de contacts et/ou de partenaires en France et/ou à l'international pour la commercialisation et la distribution de ses produits / ses services en cohérence avec le tunnel de vente établi et les parcours d'achats. Fixer des objectifs par typologie de partenaires, clients, cibles et mesurer les résultats.
- C.2.6. Superviser, en lien avec les directions concernées, les montages et opérations financières des activités export et/ou associées aux ventes complexes.

**BLOC DE COMPETENCE 3****RNCP36518BC03 – Développer et piloter l'action commercial**

- C3.1. Mettre en place un processus efficace de gestion d'opportunités et d'affaires en mode agile (revue d'affaires) synthétisant les données nécessaires pour démontrer la pertinence et la rentabilité d'un projet d'affaires et décider d'un Go-No go en toutes connaissances de cause.
- C3.2. Identifier & sélectionner les appels d'offres stratégiques sur la base d'une analyse critériée. Y répondre avec les acteurs concernés. Prendre en charge personnellement/les dossiers commerciaux stratégiques liés aux AO ou appels à projets afin d'accroître les chances de succès.
- C.3.3. Elaborer et piloter seul ou en lien avec un manager dédié, un plan d'affaires comptes clefs, afin d'organiser les actions nécessaires à la bonne coopération entre l'entreprise et ses grands clients et assurer le bon déroulement des termes des contrats signés.
- C.3.4. Conduire tous types de négociations commerciales en clarifiant les termes et conditions de la transaction en prenant en compte la dimension subjective de la relation, les intérêts respectifs, le choix des solutions de repli et les contreparties. Justifier une proposition commerciale.

C3.5. Formaliser les bases d'accords commerciaux, les contrats de vente en respectant les obligations précontractuelles et contractuelles. Mentionner les éléments essentiels du contrat, prévoir les conditions de son acceptation, de son exécution et sa juridiction.

C.3.6. Manager le processus d'animation des ventes.

C.3.7. Apporter un appui technique aux équipes commerciales afin d'ajuster, d'optimiser le déploiement de leurs actions commerciale.

### BLOC DE COMPÉTENCE 4

#### RNCP36518BC04 – Optimiser l'administration des ventes

C4.1. Définir et structurer le processus ADV afin de suivre les affaires signées dans le but d'optimiser la gestion de la commande, de garantir le respect des étapes et de conserver la satisfaction client.

C4.2. Superviser la facturation, les avoirs clients ainsi que les impayés ou les litiges éventuels en réalisant des contrats de vente et documents export (comme les certificats d'origine).

C4.3. Optimiser la politique de satisfaction pour une meilleure prise en charge des besoins et attentes des clients pour accroître la performance en conformité avec les normes qualité du secteur.

C4.4. Développer la fidélisation client de l'entreprise par une qualité relationnelle et une assistance facilitant la revente dans une approche partenariale.

C.4.5. Gérer les désaccords et litiges commerciaux avec les clients, fournisseurs et distributeurs en privilégiant une approche amiable et partenariale.

C4.6. Assurer un reporting auprès de la DG grâce aux tableaux de bords et indicateurs partagés entre les services (R&D, production, achats, financiers) sur l'évolution des dossiers clients, les encours et suivi des commandes.

**BLOC DE COMPETENCE 5****RNCP36519BC05 – Manager les équipes et les projets**

C.5.1. Définir l'organisation, la structure et les compétences nécessaires des services marketing au regard des projets à conduire.

C.5.2. Identifier et anticiper les besoins en recrutement et les formaliser (fiche de poste – profil). Sélectionner les candidats et conduire (ou participer à) un entretien de recrutement.

C.5.3. Evaluer la performance et les besoins des collaborateurs en termes de temps, d'espaces et rythmes de travail dans le respect de la réglementation en vigueur en utilisant les techniques et outils adaptés.

C.5.4. Promouvoir et développer les compétences au regard des besoins, des évolutions & des projets.

C.5.5. Conduire les actions de l'équipe ou du groupe projet en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés afin d'optimiser l'intelligence collective et de maintenir la motivation.

C.5.6. Coordonner les activités au sein de l'équipe ou du groupe projet en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés et en favorisant le partage [équipe connectée].

C.5.7. Adapter son mode de management relationnel en fonction des situations et en utilisant les méthodes et techniques associées.

C.5.8. Piloter la conduite du changement en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés et dans un objectif d'amélioration continue.

C.5.9. Conduire les projets en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés permettant de développer des collaborations efficaces et productives.

**BLOC DE COMPETENCE 6****RNCP36518BC06 – Développer son réseau professionnel**

C.6.1. Insérer l'entreprise dans les réseaux d'influence et la faire rayonner en sélectionnant et en utilisant les outils, techniques et méthodes adaptées. Communiquer de manière adaptée sur l'ensemble des réseaux mobilisés.

C.6.2. Adopter une posture de qualité et d'ouverture dans un objectif de service rendu au client.

C.6.3. Adopter une posture professionnelle cohérente, flexible et inclusive.