



pstm

RNCP37738

RNCP 7 Manager du
développement
commercial à
l'international

Objectifs et contexte de la certification :

Le secteur du commerce est porteur d'emplois. Il est positionné en 2ème place du classement de l'APEC sur les principales fonctions recherchées par les employeurs en mars 2022. Les cadres commerciaux sont répertoriés dans la liste des métiers en plus forte expansion entre 2019 et 2030 avec une estimation d'évolution à 17%.

Le champ de la relation client connaît une évolution exponentielle du fait de la globalisation des échanges commerciaux et de l'omnicanalité déployée pour prospecter, vendre et fidéliser. La multiplicité des outils numériques et objets connectés a fait croître la masse de données et d'informations clients disponibles. Véritable enjeu stratégique de positionnement sur le marché ultra concurrentiel, les organisations de travail se transforment pour accorder une place centrale à la relation client, autour de laquelle gravitent les services marketing, commercial, communication, juridique ou encore RH.

le secteur du commerce s'insère également dans le défi de la transition écologique. Porteuse de contraintes comme d'opportunités la transition écologique dans le domaine du commerce se révèle être incontournable. Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'engagement d'une marque dans le développement durable et l'éco-conception/gestion des produits et services, le développement de ces aspirations va de pair avec celui des réglementations en la matière, porté par les pouvoirs publics aux niveaux national et international.

La dimension internationale représente un enjeu majeur de développement pour les entreprises par la conquête de nouveaux marchés, de nouvelle cible client. Pour preuve de 2009 à 2019, le commerce mondial des services a fait un bond de +50%. Cette accélération constitue la prochaine révolution du commerce international. L'export concerne aussi bien de grosses PME industrielles que des TPE qui peuvent, grâce aux réseaux sociaux et au développement de l'e-commerce, envisager d'exporter leurs produits. L'économie circulaire ouvre également des perspectives et offre des avantages aux entreprises, notamment quant aux nouveaux marchés à développer. Le manager du développement commercial à l'international tient également compte de modèle de commerce d'économie circulaire dans la définition et le déploiement de stratégie commerciale.

La certification permet l'acquisition des compétences inhérentes à ces enjeux. La prise en compte de ces évolutions et enjeux du secteur et du métier garantit ainsi aux certifiés une acquisition de compétences en lien avec les pratiques et les attentes du marché.

LES ACTIVITÉS VISÉES PAR LE PROGRAMME

Le manager du développement commercial à l'international effectue les grandes activités suivantes :

Elaboration et évaluation d'une stratégie commerciale à dimension internationale.

Pilotage du déploiement d'une politique commerciale à l'export

Management de la force de vente et la performance commerciale.

Gestion de projet à dimension internationale.



Modalités d'évaluation :

Les modalités d'évaluation de l'ensemble de la certification sont, suivant les blocs de compétences, des études de cas et/ou mises en situation professionnelle réelles ou reconstituées.

Un certificat est délivré à chaque candidat à l'issue de la validation d'un bloc de compétences.





DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Secteurs d'activités :

Le Manager du développement commercial à l'international exerce dans des entreprises de toutes tailles, des cabinets de conseils, et dans différents secteurs d'activités tels que l'industrie, les affaires et les services.

Les titulaires de cette certification exercent leurs activités majoritairement dans les secteurs suivants :

Commerce / distribution
Numérique / digital
Services aux entreprises
Logistique / transport

Type d'emplois accessibles :

Les titulaires de la certification « Manager du développement commercial à l'international » peuvent exercer leur fonction à des intitulés de poste différents, selon la politique RH et convention sociale de l'entreprise, tels que :

Manager commercial
Ingénieur commercial / Directeur commercial
Ingénieur / Responsable d'affaires
Business developer
Business Partner / Business manager
Responsable (du développement) commercial
Responsable des ventes
Directeur marketing et commercial
Directeur des ventes
Consultant

postes

LES BLOCS DU PROGRAMMES:

Mise en situation professionnelle reconstituée portant sur une stratégie commerciale.

- Mener une veille sectorielle, technologique, tendancielle et concurrentielle, d'après les données (open data) et un agrégateur de flux, en vue de définir les axes de développement économiques et commerciaux tout en intégrant les problématiques environnementales, réglementaires, sociétales et éthiques.

- Identifier les besoins et les données internes et externes inhérentes à l'entreprise, via des matrices d'analyse stratégique, permettant de démontrer les opportunités de croissance et de développement à soumettre à la direction générale.

- Elaborer un modèle d'affaires tourné vers l'éco-conception et l'économie de fonctionnalité pour intégrer l'économie de commerce circulaire à la stratégie commerciale définie.

- Définir la stratégie commerciale de croissance, en et hors ligne, en considérant les impacts sociétaux et environnementaux de la politique commerciale, afin de proposer une relation avec les consommateurs et zones/pays ciblés personnalisée et pérenne.

- Elaborer le plan d'actions de la stratégie commerciale en déterminant les objectifs à atteindre, les ressources internes/externes à mobiliser et les modalités de déploiement pour chaque zone ciblée afin de développer la performance commerciale.

- Evaluer l'efficacité de la stratégie, d'après des indicateurs de performance tenant compte des enjeux et critères d'accessibilité, d'RGPD, Environnementaux, Sociaux, de Gouvernance et réglementaires, par zone/pays ciblé, afin de déployer et piloter la stratégie commerciale.

- Contrôler les indicateurs de performance en centralisant les données dans des tableaux de bord de pilotage, avec des outils d'informatique décisionnelle, d'intelligence artificielle et en lien avec la direction des systèmes d'information (DSI) pour mesurer l'atteinte des objectifs, les risques et conséquences sur l'activité.

Mise en situation professionnelle reconstituée portant sur le pilotage commercial.

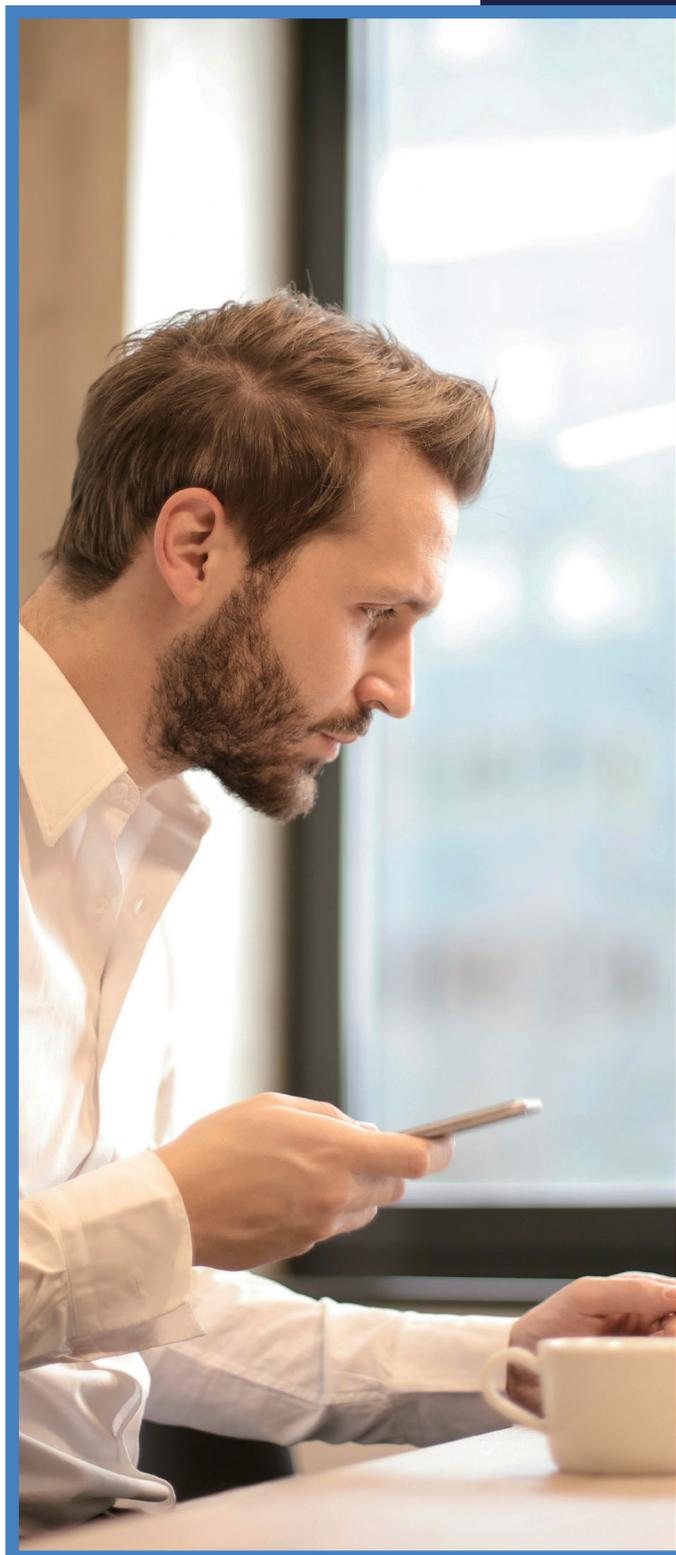
- Structurer un cycle de vente en organisant un modèle de vente, les process afférents, le social selling, closing commercial et en automatisant la relation commerciale afin d'optimiser le retour sur investissement du processus commercial.
- Garantir une conception et production d'après le modèle d'affaires qui tient compte des enjeux environnementaux, réglementaires, d'accessibilité, d'éco-conception et d'économie de fonctionnalité afin de développer ou améliorer les services ou produits de l'entreprise.
- Planifier le plan d'actions commercial tenant compte de la politique commerciale et du plan marketing, des contraintes budgétaires, des orientations, spécificités des zones/pays, en mobilisant les ressources humaines et matérielles afin d'atteindre les objectifs.
- Elaborer un plan de prospection de clients/marchés/réseau de distributeurs/partenaires, via des outils de prospection et de gestion de la relation client CRM/e-CRM afin de générer des opportunités et développer le portefeuille clients.
- Délimiter un plan d'investigation, en développant une politique de négociation, dans le respect de la réglementation en vigueur pour aboutir à un accord et développer le chiffre d'affaires.
- Développer et entretenir des collaborations partenariales, en identifiant les acteurs du secteur, mobilisant son réseau et en fonction des zones/pays cibles afin de maintenir la performance commerciale et l'image de l'entreprise sur les marchés.

Mise en situation professionnelle d'une supervision d'équipe commerciale.

- Procéder au recrutement de collaborateurs en lien avec les objectifs et les besoins internes, dans le respect du cadre légal, valorisant l'expérience collaborateur afin d'attirer les talents à intégrer ses forces de vente.
- Piloter et superviser l'équipe en planifiant des groupes de travail accompagnant le développement des compétences individuelles et collectives, via un management collaboratif, inclusif et durable afin d'accroître l'adhésion et le potentiel de l'équipe.
- Elaborer une politique d'incentives en définissant des objectifs commerciaux individuels et collectifs, qualitatifs et quantitatifs par collaborateur pour atteindre les objectifs de performance commerciale.
- Planifier et mener des réunions, entretiens avec les équipes, en mobilisant des techniques d'animation et outils collaboratifs, en présentiel ou distanciel, avec un management agile, inclusif et d'expérience collaborateurs dans l'optique de fédérer l'équipe.

Mise en situation professionnelle réelle à partir d'une problématique d'internationalisation de produits d'une entreprise.

- Concevoir une solution/stratégie commerciale adaptée à une problématique identifiée par l'entreprise, tenant compte du secteur, des enjeux réglementaires, économiques, environnementaux, sociétaux et culturels, pour un développement commercial.
- Superviser un projet de développement commercial sur les zones/pays ciblés, via des techniques de pilotage de projet à l'export, de la prospection à la distribution, afin d'étendre et pérenniser l'activité commerciale.
- Sensibiliser et préparer les forces de vente aux enjeux et spécificités culturelles, environnementales, réglementaires, comportements d'achat des consommateurs par zone/pays cible pour atteindre les objectifs de performance commerciale.
- Planifier et piloter des groupes de travail dans un contexte multiculturel via des techniques de management et de communication inclusives et interculturelles afin de suivre les équipes dans le développement du chiffre d'affaires de marché sur les zones/pays visés.





info@pstm.fr



33, Place des Corolles
92400, Courbevoie
01 71 12 89 22