

## Programme de formation

# BACHELOR CHARGÉ DE GESTION COMMERCIALE

Code RNCP/RS : 34465

Certificateur : FORMATIVES

Date d'enregistrement : 02/03/2020

***Titre échu, demande de renouvellement en cours d'instruction par France Compétences. »***

### PRÉSENTATION

Le commerce est un secteur très dynamique, toujours à la pointe de l'actualité commerciale et offrant des opportunités d'évolution rapides. C'est un secteur qui recrute. Cette formation permet d'acquérir les outils nécessaires à la gestion, au développement commercial et au management d'une Business Unit. Sous la responsabilité du dirigeant (en agence ou PME) ou du directeur commercial, le / la chargé(e) de gestion commerciale est un cadre intermédiaire qui exerce ses activités de manière autonome :

- Il / elle analyse des marchés et assure des veilles (commerciales, technologiques, juridiques) permettant de mettre en place la politique commerciale de l'enseigne.
- Par l'organisation d'actions commerciales cohérentes avec la stratégie définie, il / elle assure la visibilité de la marque, de produits, de prestations.
- Il / Elle est garant de la gestion de la relation client (conseil, conquête, fidélisation). À ce titre, il / elle participe activement au développement commercial (nouveau secteur, nouvelle cible de clientèle, nouveau produit ou service...) et anime une équipe dans le but de faciliter le parcours et développer le portefeuille clients.
- Il / Elle doit pouvoir assurer la gestion d'un projet ou d'un service commercial en utilisant des dispositifs de pilotage transverses, dans le respect des législations et de l'environnement.

### PRÉREQUIS

La formation du Bachelor Chargé de Gestion Commerciale est réservé aux personnes titulaires d'un diplôme ou d'une certification de niveau 5 (BAC+2 ou équivalent) pour l'entrée en Bac+3.

L'admission s'effectue par un entretien d'entrée dont le processus est le suivant :

- 1 / Vérification du parcours du candidat
- 2 / Examen du dossier de candidature
- 3 / Entretien de motivation au sein de l'établissement

## PROFILS ATTENDUS

### Pour la formation en apprentissage

Candidats sans contre-indication médicale (certificat médical à fournir) :

- Entre 20 et 29 ans révolus

### Pour la formation continue

Candidats sans contre-indication médicale (certificat médical à fournir) :

- Demandeurs d'emploi
- Adultes en reconversion professionnelle
- Salariés

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Bachelor Chargé de Relation Clientèle est un titre certifié de niveau 6, enregistré au RNCP 34465 – Formatives – arrêté du 02/03/2020). Il permet de former des personnes prêtes à participer au développement commercial d'une entreprise en explorant de nouveaux secteurs, en ciblant de nouveaux clients et en lançant de nouveaux produits ou services, tout en animant une équipe pour optimiser le parcours client et développer le portefeuille clients.

À l'issue de la formation Bachelor Chargé de Relation Clientèle, vous pourrez devenir **chargé de mission, responsable commerciale, manager e-commerce, responsable des ventes, etc.**

Type d'emplois accessibles :

- Gérant(e) ou gestionnaire d'un centre de profit (hôtellerie, restauration, tourisme)
- Responsable de petite ou moyenne structure (agence, hôtel, boutique ou magasin...)
- Responsable d'un département (commercial, hébergement, voyages...)
- Chargé(e) de gestion commerciale / locative / touristique
- Chargé(e) de développement commercial / de commercialisation
- Responsable / Chargé(e) / Conseiller(e) de clientèle
- Responsable de ventes
- Collaborateur commercial / Attaché(e) commercial(e)
- Responsable commercial (e) / e-commerce
- Agent de vente

- Chargé(e) d'affaires
- Chargé(e) de mission
- Chef(fe) de projet commercial / touristique / immobilier
- Responsable de rayon
- Vendeur conseil

#### DURÉE & RYTHME D'ALTERNANCE

**Modalités** : Formation en alternance d'une durée de 470 heures sur une période de 1 an et 30 semaines en milieu professionnel par an.

**Dates de formation** : du 01/09/2025 au 31/06/2026.

**Rythme** : 35 heures de cours en centre de formation par mois, le reste du temps en entreprise L'alternance est répartie sur le temps hebdomadaire.

#### MODALITES ET DELAIS D'ADMISSION A LA FORMATION

Pour accéder à la formation, il est préférable de maîtriser la langue française à l'écrit et à l'oral.

L'entretien de motivation permet d'analyser la cohérence entre le projet professionnel envisagé et la formation choisie.

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, après étude du dossier et selon les aménagements.

Toute personne souhaitant s'engager dans cette formation, devra remplir et envoyer son dossier de candidature. Ce dossier est disponible à la demande :

CFA PROVENCE - Traverse Théodore Aubanel - 13 140 Miramas.

Téléphone : 04 90 58 18 46

Courriel : [contact.cfaprovincemail.com](mailto:contact.cfaprovincemail.com)

ou téléchargeable sur le site internet du CFA PROVENCE :

[https://cfa-provence.fr/service\\_commerce\\_vente/](https://cfa-provence.fr/service_commerce_vente/)

**Seuls les dossiers complets sont recevables.**

**Seront étudiés** : Projet professionnel, projet de formation, bulletins scolaires, lettre de motivation, CV

Après validation du dossier de candidature par le coordinateur de formation et/ou le responsable de site, la personne passe sous le statut candidat.

Délais d'accès à la formation : Les périodes de rentrée scolaire s'effectuent entre les mois de septembre et novembre de chaque année, selon les calendriers académiques.

**Nombre de places disponibles : 24**

#### TARIFS

Gratuité en apprentissage (selon tarif officiel en vigueur), contrat de professionnalisation ou financement employeur.

Devis et simulation de coût d'alternance sur demande.

	<i>Montant de la prestation (Net de taxe)</i>	<i>Montant du niveau de prise en charge - OPCO</i>	<i>Reste à charge éventuel de l'entreprise.</i>
<i>1ère année exécution du contrat</i>	6 179€	6 179€	0€

#### MÉTHODES MOBILISÉES

##### Approche pédagogique :

Alternance formation et périodes en entreprises.

- Accueil des apprentis(es) et des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Cours présentiels et magistraux.
- Travaux pratiques.
- Quizz interactifs.
- Travaux de groupes.

##### Moyens techniques :

- Salles de cours, vidéo projecteur, aires de TP en centre équestre, etc...
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

##### Profil des formateurs :

- Nos formateurs sont issus du monde professionnel et diplômés dans les domaines enseignés.

Modules	Année 1 – Nombre d'heures
Gestion d'entreprise	70
Marketing	60
Management et ressources humaines	40
Outils supports à la gestion d'entreprise	60
Techniques et stratégies commerciales	80
Pilotage d'un service commercial	80
Valorisation des compétences professionnelles	80
<b>Total</b>	<b>470 heures</b>

## PROGRAMME

Le programme de formation est axé sur :

- **7 capacités professionnelles :**
  - Unité U1 : Conduire une politique commerciale
  - Unité U2 : Piloter un projet commercial
  - Unité U3 : Superviser une équipe et gérer un budget commercial
  - Unité U4 : Gérer un service commercial

### CU 1

Ce bloc vise à :

- Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement.
- Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.
- Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations.
- Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal.
- Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.
- Valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser.

- Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes.
- Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs.
- Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages... afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin, sur le web.
- Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation.
- Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle.
- Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées.
- Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.
- Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché.
- Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction.
- Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux.
- S'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.

## CU 2

Ce bloc vise à :

- Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une veille économique du marché et de la concurrence.
- Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.
- Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité.
- Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficacité de l'entité.
- Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.
- Mobiliser les outils de diagnostic marketing pour analyser le marché et les résultats commerciaux antérieurs.

- Utiliser les techniques de traitement de l'information afin d'analyser les données récoltées.
- Identifier les cibles à démarcher pour optimiser les ventes.
- Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation.
- Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables.
- Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles
- Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires.
- Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.
- Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités.
- Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.
- Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client.
- Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne.
- Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin.
- Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.
- Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développer un portefeuille clients.
- Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre.
- Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires.
- Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet
- Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur.
- Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet.

- Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.
- Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque.
- Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté.
- Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.

### CU 3

Ce bloc vise à :

- Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent.
- Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale.
- Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes.
- Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.
- Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux.
- Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.
- Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation.
- Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.
- Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.
- Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs.
- Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer, motiver son équipe et créer une dynamique de groupe.
- Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction.
- Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.</li> </ul>
<p><b>CPU 4</b></p>	<p>Ce bloc vise à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation.</li> <li>• Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.</li> <li>• Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes.</li> <li>• Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives.</li> <li>• Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service.</li> <li>• Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service</li> <li>• Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget prévisionnel.</li> <li>• Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.</li> <li>• Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.</li> <li>• S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet.</li> </ul>

#### MODALITES D'EVALUATION

- **Evaluation diagnostique** au début de la formation.
- **Evaluation formative** (attestations de présence, QCM, cas pratiques, exercices d'application, devoirs sur table, livrets de suivi, contrôle des connaissances, etc...).
- **Evaluation certificative** :  
Contrôles continus pendant la formation, un examen national, 6 dossiers projets, 5 rapports d'activité, livret d'employabilité, grand oral de fin d'année. Pour valider la certification, le candidat doit valider 60% des compétences dans les blocs 1,2,3 et 4.
  - Contrôles continus
  - Rapport d'activité
  - Dossier projet
  - Livret de compétences
  - Livret d'employabilité
  - Examen national (étude de cas) Grand oral

## BLOCS DE COMPETENCES

Le bloc de compétences est validé par une évaluation de certification.

L'unité capitalisable correspondante au bloc est valide 5 ans dans le cadre de l'acquisition de la certification.

Le cumul des 7 unités capitalisables donne accès à la certification.

La réussite à un bloc donne lieu à une attestation de capacité.

Chaque bloc de compétence peut être validé de façon dissocié.

## ÉQUIVALENCES OU PASSERELLES

Pas d'équivalences

Pas de passerelles

Les personnes ayant déjà passées un diplôme dans le domaine sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier le parcours et les blocs de compétences déjà acquis.

## SUITE DE PARCOURS ET DEBOUCHES

Poursuite d'études :

Le Bachelor a pour objectif l'insertion professionnelle mais avec un très bon dossier une poursuite d'étude peut se faire en Master en lien avec le commerce.

**Exemple(s) de formation(s) :**

- Master des stratégies des entreprises

Insertion professionnelle :

Le titulaire du Bachelor Chargé de Gestion Commerciale exerce ses activités dans tous les secteurs d'activités et plus particulièrement :

- Agro-alimentaire
- Distribution,
- Prêt à porter
- Banque, Assurances
- Industrie
- Énergie
- Hôtellerie / Restauration / Événementiel
- Tourisme
- Immobilier
- Sociétés de services

Débouchés :

- Gestionnaire d'établissement

- Responsable de petite ou moyenne structure
- Chargé(e) de gestion commerciale / de commercialisation
- Responsable de clientèle / des ventes / commercial
- Chargé(e) d'affaires / de mission
- Chef(fe) de projet commercial / touristique / immobilier

### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Pour les candidats dont la situation le nécessite, notre référent handicap est disponible pour envisager les possibilités d'aménagement de la formation et/ou de la certification à travers un projet personnalisé de formation.

Florence Robert. Email : [f.robort.miramasformation@gmail.com](mailto:f.robort.miramasformation@gmail.com)

### CHIFFRES CLÉS

Conformément au respect de l'article L. 6111-8 du Code du travail, nous communiquerons chaque année : le taux d'obtention de la certification, le taux de poursuite des études, le taux d'interruption en cours de formation, le taux de rupture des contrats d'apprentissage, le taux d'insertion professionnelle à la suite des formations dispensées, la valeur ajoutée de l'établissement. A ces indicateurs, viendront s'ajouter : le nombre de participants, le taux de satisfaction

BTS NDRC Ouverture en 2025	2025-2027	Variation
Nombre de participants	XX	XX
Nombre de participants présenté à l'examen	XX	XX
Taux d'obtention de l'examen	XX	XX
Taux de satisfaction (4 répondants à l'enquête 2023)	XX	XX
Taux de poursuite des études (Chiffre CFA Fontlongue)	XX	XX
Taux national de poursuite des études (Chiffre Inserjeune).	XX	XX
Taux de rupture des contrats d'apprentissage (Chiffre CFA Fontlongue)	XX	XX

Taux de rupture des contrats d'apprentissage (Chiffre Inserjeune)	XX	XX
Taux d'interruption en cours de formation (Chiffre CFA Fontlongue)	XX	XX
Taux d'insertion professionnelle dans les six mois (tout type d'emploi salarié) (Chiffre CFA Fontlongue)	XX	XX
Taux national d'insertion professionnelle dans les six mois. (Tout type d'emploi salarié) (Chiffre Inserjeune)	XX	XX
Taux d'insertion professionnelle dans le métier (Chiffre CFA Fontlongue)	XX	XX
Taux d'insertion professionnelle dans le métier (Chiffres Fiche RNCP 38653)	XX	XX
Valeur ajoutée de l'établissement	XX	XX

LIENS UTILES

***Titre échu, demande de renouvellement en cours d'instruction par France Compétences. »***

**Fiche RNCP 34030 Inactive France Compétences :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34030/>

**Date d'échéance : 01/01/2024**

PRESENTATION CFA PROVENCE

Le CFA Provence regroupe 4 unités de formation par apprentissage situées dans le 05, le 13, le 83 et le 84.

Dans le 13 : UFA Fontlongue,  
 Dans le 83 : UFA St Maximin,  
 Dans le 84 : UFA Valréas  
 Dans le 05 : UFA Poutrain

## CONTACTS

**Email :** [contact.cfaprovence@gmail.com](mailto:contact.cfaprovence@gmail.com)

CFA Provence – Traverse Théodore Aubanel – 13140 Miramas.