



FICHES MÉTIERS



BRANCHE DES
ORGANISMES DE FORMATION

BRANCHE DES
ORGANISMES
DE FORMATION

Filière
Développement



Métier stable à
porteur



Chargé /Chargée du développement commercial



Édition
2025

AKTO



Informations générales

Finalité du métier :

Le ou la chargé(e) de développement commercial participe activement à la croissance de l'organisme de formation en développant le portefeuille clients, en prospectant de nouveaux marchés et en répondant de manière structurée aux appels d'offres publics ou privés. Il/elle assure le lien entre la stratégie commerciale de la structure et les besoins des clients, tout en garantissant la compétitivité, la qualité et la rentabilité des offres proposées.

Principales activités

- Détection de nouveaux marchés, identification des prospects (entreprises, institutions publiques, financeurs, opérateurs de compétences...), organisation et mise en œuvre des actions de prospection (phoning, réseaux, salons, emailing) pour accroître le portefeuille clients.
- Qualification des besoins, conseil sur l'offre de formation, élaboration et négociation des propositions commerciales, fidélisation et suivi des clients existants.
- Veille sur les appels d'offres publics et privés, analyse des cahiers des charges, structuration, rédaction et coordination des réponses en lien avec les équipes internes (ingénierie pédagogique, administratif, direction).
- Montage des dossiers de candidature (administratif, technique, financier), présentation des offres et négociation des conditions contractuelles.
- Reporting et analyse des informations clients et marché et des résultats commerciaux pour orienter la stratégie de la direction.
- Veille et analyse des tendances du secteur, de la concurrence et de l'évolution des besoins des clients afin d'ajuster l'offre et optimiser le positionnement commercial de l'organisme.

* L'estimation des effectifs est basée sur le nombre de salariés comptabilisés dans la Base tous salariés de l'INSEE (IDCC 1516), dans les Professions et catégories socioprofessionnelles (PCS-ESE) les plus proches correspondant au métier et au ROME retenu. Elle peut inclure ou exclure des salariés dont l'emploi serait classé dans une autre profession.



Branche :
Organismes de formation



Famille professionnelle :
Développement



Autres appellations :

- Commercial/e en formation
- Chef/fe de projet commercial
- Développeur/euse commercial/e
- Chargé/e de développement
- Conseiller/ère en formation



Typologie de métier :
Métier stable à porteur



Correspondance ROME :
D1407



Estimation des effectifs* :
3500-4000

Compétences

Prospecter et développer de nouveaux marchés

(Rome : Suivre, animer et développer son portefeuille clients dans le périmètre attribué (géographique, sectoriel...))

- Identifier et cibler des prospects en exploitant des outils de veille et bases de données afin d'élargir le portefeuille clients.
- Mettre en œuvre des actions de prospection multicanal (phoning, emailing, réseaux) pour capter de nouveaux marchés.
- Qualifier les besoins des prospects pour construire une offre sur mesure.
- Suivre et relancer les prospects jusqu'à la conclusion de la vente afin d'optimiser le taux de transformation.

Organiser et piloter la réponse aux appels d'offres

(Rome : Répondre à un appel d'offre)

- Assurer une veille active sur les appels d'offres sur les plateformes et réseaux spécialisés pour détecter les opportunités pertinentes.
- Analyser les cahiers des charges clients pour définir la stratégie de réponse la plus appropriée.
- Structurer et rédiger les réponses en collaborant avec les acteurs internes (ingénierie pédagogique, administratif, direction).
- Assurer la conformité administrative et la compétitivité des dossiers déposés afin d'augmenter le taux de réussite.

Négocier et contractualiser l'offre commerciale

(Rome : Conduire les négociations commerciales : prix, délais, promotions et conclure la vente (bons de commande, contrats de vente...))

- Présenter les offres de formation et argumenter leur valeur auprès des clients ou prospects.
- Élaborer des propositions tarifaires, devis et budgets adaptés aux besoins et contraintes des clients.
- Négocier les conditions contractuelles, prix et délais dans le respect de la politique commerciale de l'organisme.
- Finaliser la contractualisation et assurer la transmission des éléments au service administratif pour la mise en œuvre.

Suivre et fidéliser les clients

(Rome : Développer et fidéliser la relation des clients)

- Assurer le suivi régulier des clients après la vente pour garantir la satisfaction et détecter les nouvelles opportunités.
- Recueillir et analyser les retours clients afin d'adapter l'offre ou les processus internes.
- Proposer des actions de fidélisation et des offres complémentaires pour renforcer la relation commerciale.
- Tenir à jour les outils de suivi d'activité (CRM, tableaux de bord) pour piloter l'activité et rendre compte à la direction.

Assurer une veille stratégique et commerciale

(Rome : Assurer une veille concurrentielle active)

- Mettre en place un processus structuré de veille commerciale, concurrentielle et réglementaire, afin d'anticiper les évolutions du marché et identifier de nouvelles opportunités de développement.

Conditions d'exercice du métier

- **Lieux** : organismes de formation, sur sites clients, présentiel et télétravail possible
- **Types de contrats** : salarié (CDI, CDD)
- **Horaires** : généralement réguliers, avec des pics d'activité lors des dépôts d'offres et période de prospection ; déplacements fréquents
- **Environnement** : utilisation d'outils numériques et CRM, travail transversal avec pédagogie, administratif et direction commerciale

Voies d'accès au métier

Bac+2 à Bac+3 (commerce, vente, négociation, marketing, gestion commerciale)

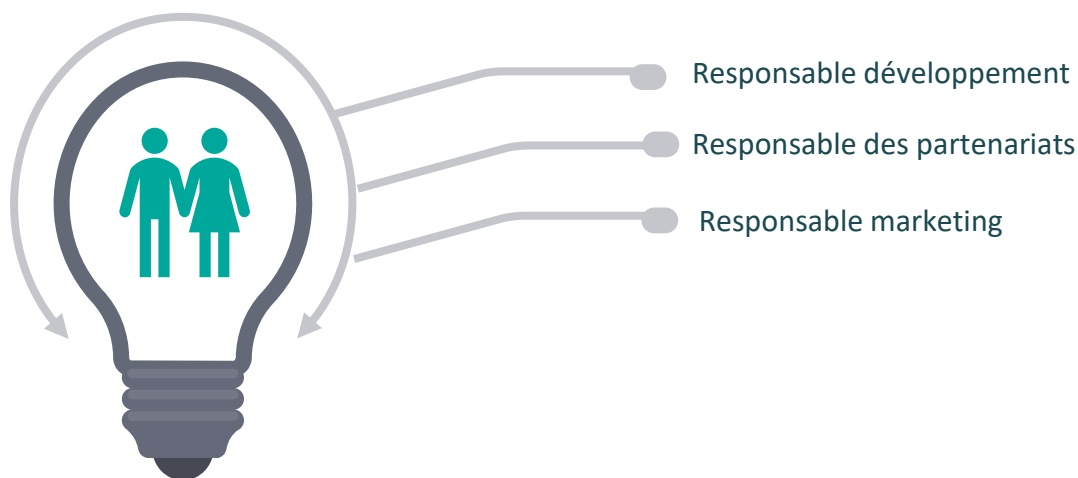
Par exemple :

BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client, ou BTS Technico-commercial

Licence professionnelle Commerce et distribution, ou Licence professionnelle Commercialisation de produits et services

CQP Conseiller commercial en formation (en cours de renouvellement)

Évolutions professionnelles



Typologie de métier : stable à porteur



Le métier de chargé/e de développement commercial se professionnalise et se complexifie, intégrant une expertise forte dans la gestion d'offres plus sophistiquée et la capacité à apporter des solutions sur-mesure à des clients de plus en plus exigeants, dans un secteur en transformation permanente. Dans un contexte de concurrence sectorielle accrue et de renforcement des enjeux réglementaires et financier, ce métier est stable pour son employabilité pérenne, et porteur compte-tenu de sa plus-value indispensable au développement économique des organismes de formation.

Impact des mutations sur le métier



Impact fort



Impact moyen



Impact faible



REGLEMENTAIRES

L'évolution du cadre réglementaire de la formation professionnelle, notamment le renforcement des exigences liées aux appels d'offres et à la traçabilité des financements publics, impacte fortement le métier. La ou le chargé/e de développement commercial doit sans cesse actualiser ses pratiques pour conseiller les clients et entreprises, préparer des réponses parfaitement conformes, garantir la sécurité des procédures administratives et anticiper les contrôles.



TECHNOLOGIQUES

La digitalisation accélérée transforme l'ensemble des pratiques commerciales : prospection via le web, automatisation des relances, plateformes dématérialisées de veille et de dépôt d'appels d'offres, gestion numérique du portefeuille clients (CRM). Le métier requiert de solides compétences dans l'utilisation de ces outils, ainsi qu'une capacité à traiter et interpréter la donnée commerciale. L'apport des technologies permet d'optimiser la prospection, d'améliorer le ciblage et la réactivité, mais exige un apprentissage permanent et une veille sur les innovations digitales du secteur.



ECONOMIQUES

Le secteur de la formation professionnelle devient de plus en plus concurrentiel, les financeurs et entreprises étant plus exigeants. La ou le chargé/e de développement commercial doit désormais innover pour différencier son offre : personnalisation, élaboration de solutions sur mesure, adaptation aux évolutions rapides des besoins clients. Son rôle en matière de conseil et d'ingénierie financière se renforce. Cette évolution impose d'intégrer de nouveaux outils d'analyse de marché, de renforcer les capacités de prospection multicanale, et d'améliorer la réactivité pour consolider la position de l'organisme face à la concurrence.



ECOLOGIQUES

La ou le chargé/e de développement commercial doit désormais intégrer les préoccupations environnementales dans sa prospection, la conception des offres et ses réponses aux appels d'offres, afin de répondre aux exigences croissantes des clients, des financeurs et des réglementations. Il s'agit, par exemple, de valoriser des formations en lien avec la durabilité, de mettre en avant des dispositifs réduisant l'empreinte carbone de la formation, et de promouvoir l'intégration des enjeux RSE dans les offres commerciales.