

Chargé d'affaires commerciales

certifié par Talis Compétences & Certifications et reconnu par l'Etat au niveau 6
enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP38830) NFS 312 : commerce, vente

du 26/08/2026 au 02/07/2027

2026												2027											
août 26		septembre 26		octobre 26		novembre 26		décembre 26		janvier 27		février 27		mars 27		avril 27		mai 27		juin 27		juillet 27	
S 01		M 01		J 01		D 01	Toussaint	M 01		V 01	Jour de l'An	L 01	(S 05)	L 01	(S 09)	J 01		S 01	Fête Travail	M 01		J 01	
D 02		M 02		V 02		L 02	(S 45)	M 02		S 02		M 02		M 02		V 02		D 02		M 02		V 02	
L 03	(S 32)	J 03		S 03		M 03		J 03		D 03		M 03		M 03		S 03		L 03	(S 18)	J 03		S 03	
M 04		V 04		D 04		M 04		V 04		L 04	(S 01)	J 04		J 04		D 04		M 04		V 04		D 04	
M 05		S 05		L 05	(S 41)	J 05		S 05		M 05		V 05		V 05		L 05	(S 14)	M 05		S 05		L 05	(S 27)
J 06		D 06		M 06		V 06		D 06		M 06		S 06		S 06		M 06		J 06	Ascension	D 06		M 06	
V 07		L 07	(S 37)	M 07		S 07		L 07	(S 50)	J 07		D 07		D 07		M 07		V 07		L 07	(S 23)	M 07	
S 08		M 08		J 08		D 08		M 08		V 08		L 08	(S 06)	L 08	(S 10)	J 08		S 08	Victoire	M 08		J 08	
D 09		M 09		V 09		L 09	(S 46)	M 09		S 09		M 09		M 09		V 09		D 09		M 09		V 09	
L 10	(S 33)	J 10		S 10		M 10		J 10		D 10		M 10		M 10		S 10		L 10	(S 19)	J 10		S 10	
M 11		V 11		D 11		M 11	Armistice	V 11		L 11	(S 02)	J 11		J 11		D 11		M 11		V 11		D 11	
M 12		S 12		L 12	(S 42)	J 12		S 12		M 12		V 12		V 12		L 12	(S 15)	M 12		S 12		L 12	(S 28)
J 13		D 13		M 13		V 13		D 13		M 13		S 13		S 13		M 13		J 13		D 13		M 13	
V 14		L 14	(S 38)	M 14		S 14		L 14	(S 51)	J 14		D 14		D 14		M 14		V 14		L 14	(S 24)	M 14	Fête Nat.
S 15	Assompt.	M 15		J 15		D 15		M 15		V 15		L 15	(S 07)	L 15	(S 11)	J 15		S 15		M 15		J 15	
D 16		M 16		V 16		L 16	(S 47)	M 16		S 16		M 16		M 16		V 16		D 16		M 16		V 16	
L 17	(S 34)	J 17		S 17		M 17		J 17		D 17		M 17		M 17		S 17		L 17	Pentecôte	J 17		S 17	
M 18		V 18		D 18		M 18		V 18		L 18	(S 03)	J 18		J 18		D 18		M 18	(S 20)	V 18		D 18	
M 19		S 19		L 19	(S 43)	J 19		S 19		M 19		V 19		V 19		L 19	(S 16)	M 19		S 19		L 19	(S 29)
J 20		D 20		M 20		V 20		D 20		M 20		S 20		S 20		M 20		J 20		D 20		M 20	
V 21		L 21	(S 39)	M 21		S 21		L 21	(S 52)	J 21		D 21		D 21		M 21		V 21		L 21	(S 25)	M 21	
S 22		M 22		J 22		D 22		M 22		V 22		L 22	(S 08)	L 22	(S 12)	J 22		S 22		M 22		J 22	
D 23		M 23		V 23		L 23	(S 48)	M 23		S 23		M 23		M 23		V 23		D 23		M 23		V 23	
L 24	(S 35)	J 24		S 24		M 24		J 24		D 24		M 24		M 24		S 24		L 24	(S 21)	J 24		S 24	
M 25		V 25		D 25		M 25		V 25	Noël	L 25	(S 04)	J 25		J 25		D 25		M 25		V 25		D 25	
M 26		S 26		L 26	(S 44)	J 26		S 26		M 26		V 26		V 26		L 26	(S 17)	M 26		S 26		L 26	
J 27		D 27		M 27		V 27		D 27		M 27		S 27		S 27		M 27		J 27		D 27		M 27	
V 28		L 28	(S 40)	M 28		S 28		L 28	(S 53)	J 28		D 28		D 28		M 28		V 28		L 28	(S 26)	M 28	
S 29		M 29		J 29		D 29		M 29		V 29				L 29	Pâques	J 29		S 29		M 29		J 29	
D 30		M 30		V 30		L 30	(S 49)	M 30		S 30				M 30	(S 13)	V 30		D 30		M 30		V 30	
L 31	(S 36)			S 31				J 31		D 31				M 31				L 31	(S 22)			S 31	

INFORMATIONS



Contrat d'apprentissage - les grandes lignes

Le contrat d'apprentissage est un contrat de travail entre un salarié¹ et un employeur. Son objectif est de former le salarié en vue d'acquérir une qualification professionnelle validée par un Diplôme ou un Titre inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP).

L'apprenti est salarié de l'entreprise. Il est donc soumis aux mêmes droits et aux mêmes obligations que tout salarié.

Le temps en formation est du temps effectif de travail, donc inclus dans la rémunération mensuelle.

Rémunération - les dispositions minimales légales

REMUNERATION BRUTE MENSUELLE MINIMALE EN CONTRAT D'APPRENTISSAGE				
Situation	16 à 17 ans	18 à 20 ans	21 à 25 ans	26 ans et plus
1 ^{re} année	27 % du SMIC	43 % du SMIC	53 % du SMIC ou SMC*	100 % du SMIC ou SMC*
2 ^e année	39 % du SMIC	51 % du SMIC	61 % du SMIC ou SMC*	100 % du SMIC ou SMC*
3 ^e année	55 % du SMIC	67 % du SMIC	78 % du SMIC ou SMC*	100 % du SMIC ou SMC*

* correspondant à l'emploi occupé pendant le contrat d'apprentissage / SMC = Salaire Minimum Conventionnel - extrait de www.service-public.fr
Ces montants peuvent être majorés si un accord collectif applicable dans l'entreprise fixe une rémunération minimale plus élevée.

Avantages de l'alternance

Démarrer dans la vie professionnelle, s'investir auprès d'une équipe, gagner en compétences, percevoir une rémunération, s'insérer professionnellement plus rapidement, valider un diplôme/Titre.

Gratuité des frais pédagogiques pour l'apprenti. Le coût de la formation est pris en charge par l'OPCO de référence de l'entreprise.

Principales aides pour l'apprenti : 3 € par repas pris au CFA, allocations au logement CAF (sous conditions), Carte d'Etudiant des Métiers (réductions sorties - loisirs - culture)...

Aides exceptionnelles aux entreprises : [Aides à l'embauche en contrat d'apprentissage \(service-public.gouv.fr\)](http://Aides%20a%20l'embauche%20en%20contrat%20d'apprentissage%20(service-public.gouv.fr))

Candidater au CFA de La Salle

La candidature doit être déposée en ligne, via le lien suivant ou en flashant le QR Code :
<https://cfa-delasalle.ymag.cloud/index.php/preinscription/>

1^{re} étape de sélection : sur dossier

2^e étape de sélection : en entretien de motivation et tests

Le **candidat admissible** est invité à faire ses recherches d'entreprise dès son admissibilité et sera également mis en relation avec les entreprises partenaires du CFA



Informations complémentaires

www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2918
www.agefiph.fr

<https://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/precis-apprentissage.pdf>
www.alternance.emploi.gouv.fr/accueil

Contacts au CFA de La Salle



L'équipe du CFA de La Salle reste à votre disposition

5 rue de la Motte Brûlon - Rennes

Assistants Alternance

Chargé de Relations Entreprises

02 99 87 12 12

alternance@groupe-saintjean.fr

Elisabeth FERDY / Irina LEBORGNE

Antoine LETUVÉE 06 19 17 41 34

¹ L'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire

TABLEAU DE RECENSEMENT DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

à retourner au CFA : alternance@groupe-saintjean.fr



Formation **Chargé-e d'affaires commerciales** - RNCP38830



Ce document a pour but :

- **Pour le/la candidat-e** : d'avoir un document qui lui permettra d'échanger avec l'employeur quant aux objectifs de sa formation et des activités qui lui seront confiées au sein de l'entreprise,
- **Pour l'employeur** : de lui permettre de s'assurer de la pertinence des activités proposées au regard du diplôme visé et de se projeter dans l'accompagnement du/de la jeune.

NOM DE L'ENTREPRISE :

NOM DE L'ALTERNANT·E :

INTITULÉ DU POSTE DE L'ALTERNANT·E :

Champ de compétences	Tâches, activités ou situations professionnelles prévues au référentiel	Possibilité de réalisation en entreprise			Semestres		Précisions et commentaires
		Régulière	Ponctuelle	Aucune	S1	S2	
Préparer le plan de développement commercial omnicanal	Contribuer à l'élaboration d'une stratégie :						
	Concevoir une veille commerciale en sélectionnant des sources, en recueillant des données commerciales, en identifiant les acteurs du marché et en étudiant la concurrence, afin d'anticiper les tendances de consommation, les évolutions technologiques et les modifications réglementaires, impactant l'activité commerciale de l'organisation, des concurrents et de repérer les avantages compétitifs						
	Établir un diagnostic commercial omnicanal interne, en analysant les comportements d'achat des clients en collaboration avec le service marketing, en répertoriant les besoins des clients, en contribuant à la définition des profils cibles, afin de qualifier les prospects, la base de données clients et d'identifier des opportunités stratégiques à convertir en propositions concrètes						
	Organisation des actions commerciales :						
	Préparer les actions commerciales omnicanales en intégrant les orientations stratégiques de la direction en collaboration avec les services marketing et techniques de l'entreprise, en déclinant le plan général en actions opérationnelles, en définissant des propositions à formuler aux clients et des actions de prospection, en identifiant des ressources nécessaires (humaines, financières, matérielles) et en sélectionnant des outils de suivi et de relation client, afin d'atteindre les objectifs commerciaux de l'organisation en termes de conquête et de fidélisation						
Gérer les activités commerciales omnicanales	Organiser le plan de développement commercial omnicanal, en planifiant les actions dans un retro-planning, en construisant un tableau de bord commercial, en intégrant des indicateurs de suivi, en choisissant des réseaux commerciaux et des supports d'aide à la vente, en gérant les commandes, les approvisionnements et les stocks, en créant un système d'enquête et en détaillant un budget prévisionnel, afin d'établir un processus commercial à présenter à la direction pour validation.						
	Développement des plans d'actions de fidélisation et de prospection :						
	Animer le réseau de partenaires physique et digital en organisant des événements, en créant des liens avec des acteurs économiques locaux, en programmant des actions de prospection omnicanale, en gérant des dispositifs de fidélisation, en assurant le lien entre les clients et les services de l'organisation afin de générer des leads, de développer la visibilité de l'entreprise ou de la marque, d'établir des relations éthiques et durables avec des contacts qualifiés et de fidéliser la clientèle						
	Rédiger les argumentaires commerciaux en fonction des cibles définies, de la politique RSE de l'entreprise et des projets en cours, en collaboration avec le service marketing, en prenant en compte les objections et les freins à l'achat, en optimisant une communication fluide entre les prospects, les clients et les services internes de l'organisation afin de structurer le discours commercial et de préparer l'entrée en négociation selon le process défini.						
	Conduite d'une négociation commerciale :						
	Négocier les affaires en tenant compte des conditions de réalisation imposées par son interlocuteur, des résultats de l'étude des appels d'offre, en respectant la réglementation en vigueur et l'éthique des affaires, en définissant les marges de négociation et de concession, en identifiant des						

	contreparties, en repérant les signaux d'achat, en formulant des objectifs, en pratiquant l'écoute active, en privilégiant la conversation afin de proposer une offre attractive et personnalisée qui aboutira à un accord commercial entre les deux parties.					
	Finaliser la transaction commerciale, dans le respect des besoins du client, de la rentabilité du projet, en s'adaptant à son interlocuteur, en listant les arguments de vente et les points d'accord issus de la négociation, en l'invitant à prendre une décision, afin de conclure une vente qui satisfait les deux parties et qui maintien de bonnes relations professionnelles.					
	Organisation des campagnes commerciales omnicanales :					
	Ajuster le déploiement d'un parcours client adapté à la diversité des consommateurs et inclusif, en collaboration avec le service marketing de l'entreprise, en mobilisant les outils de la relation commerciale (CRM), en veillant à la satisfaction client, en proposant des actions préventives, correctives et curatives, afin de maintenir la compétitivité de l'organisation et de proposer des axes d'amélioration pour les prochaines campagnes.					
	Evaluer les résultats des actions commerciales omnicanales en utilisant des outils statistiques, en repérant les écarts éventuels, en assurant le suivi du budget, en comparant les objectifs commerciaux visés en mesurant le coût et la cause des litiges, en analysant les enquêtes de satisfaction afin d'identifier les facteurs qui influencent la performance et de faire évoluer les objectifs, les processus et les argumentaires.					
	Analyser les résultats commerciaux en les comparant au plan d'actions commercial (objectifs, moyens, budget), en capitalisant les données clients et en adaptant les processus de ventes aux prévisions futures afin de préparer le déploiement de la prochaine campagne commerciale et de le présenter à sa direction.					
Coordonner une équipe commerciale	Animation d'une équipe commerciale :					
	Animer une équipe commerciale en appliquant des leviers de motivation, en adaptant sa posture aux différents contextes et interlocuteurs (diversité, handicap, etc.), en gérant des conflits, le cas échéant, en utilisant une communication assertive, favorable à la Qualité de Vie au Travail (QVT), en valorisant les réalisations individuelles et collectives afin de garantir l'engagement et l'adhésion d'une équipe					
	Organiser le travail d'une équipe commerciale en répartissant les tâches selon le niveau de spécialisation et de compétences, dans le respect des contraintes individuelles, en mettant en place des aménagements de poste éventuels, des outils collaboratifs ainsi que des méthodes et processus de travail en mode projet, en fixant les objectifs collectifs et individuels, en facilitant les retours d'expérience afin d'assurer l'efficacité de l'activité du service et de développer une intelligence collective.					
	Suivi des performances et des compétences de l'équipe commerciale :					
	Evaluer les performances individuelles et collectives de l'équipe commerciale, en vérifiant l'atteinte des objectifs, l'application des processus de l'entreprise et de la marque, en analysant les écarts, en inventoriant les difficultés rencontrées, en les transformant en axes de progression lors de séances de travail collectif, en transmettant un reporting à sa hiérarchie afin de suivre les résultats.					
	Accompagner au développement des compétences de l'équipe commerciale en prenant en compte les contraintes individuelles, en communiquant sur les enjeux stratégiques de l'entreprise, sur la gamme de produits, de services, en explicitant les techniques, les outils et les processus de vente, à travers des sessions collectives ou individuelles afin de renforcer la progression des aptitudes commerciales et les performances de l'équipe.					

Signature employeur + cachet commercial

Signature alternant·e