

Les modalités d'évaluation

Mastère Manager du développement commercial (MDC).

Certification par blocs de compétences, selon le référentiel du certificateur CDE FEDE France : quatre blocs, chacun évalué par une étude de cas écrite individuelle et une mise en situation professionnelle écrite et orale soutenue devant un jury, complétés par une épreuve transversale (dossier et soutenance professionnels) ; la certification s'obtient par la validation des quatre blocs et de l'épreuve transversale. Détail ci-dessous.

COMMENT VOUS ÊTES ÉVALUÉ

Le Mastère MDC est une **certification professionnelle par blocs de compétences**¹ de niveau 7, délivrée sous l'autorité du certificateur **CDE FEDE France** : son référentiel de compétences et de certification définit les épreuves, leurs livrables et les critères d'évaluation — l'école les applique sans écart, aux échéances du calendrier de l'année.

En cours de formation, une **évaluation formative**² prépare chaque épreuve (études de cas d'entraînement, travaux dirigés, préparation des soutenances) — elle n'entre pas dans la décision de certification.

CE QUE LA CERTIFICATION ATTESTE : QUATRE BLOCS, 40 COMPÉTENCES

Le référentiel décompose le métier en **40 compétences (C1 à C40)**, réparties en **quatre blocs**, chacun évalué par **deux épreuves** — une étude de cas écrite individuelle et une mise en situation professionnelle écrite et orale :

BLOC	COMPÉTENCES	ÉPREUVES
BC01 — Définir la stratégie commerciale de l'entreprise	C1-C10	Évaluations 1 et 2
BC02 — Piloter la stratégie et la performance commerciale	C11-C20	Évaluations 3 et 4
BC03 — Manager les équipes commerciales	C21-C30	Évaluations 5 et 6
BC04 — Piloter l'innovation commerciale et la compétitivité	C31-C40	Évaluations 7 et 8

LES ÉPREUVES, BLOC PAR BLOC

Évaluation 1 — étude de cas « Définition de la stratégie commerciale » (C1 à C10, épreuve individuelle écrite). À partir d'un cas documenté — données de marché, données internes, profils clients, options stratégiques —, analyser le contexte commercial, proposer un positionnement et des objectifs, construire une stratégie opérationnelle et une feuille de route. Le livrable structuré comprend : l'analyse du marché et l'identification des opportunités, une proposition de segmentation et de ciblage, une recommandation de positionnement, des objectifs commerciaux avec leurs indicateurs de suivi, et les premiers axes d'adaptation de l'offre avec la feuille de route synthétique.

1. **Bloc de compétences** : sous-ensemble cohérent et certifiable d'une certification RNCP — chaque bloc validé est définitivement acquis.

2. **Évaluation formative** : mesure la progression et permet d'adapter les cours ; elle n'entre pas dans la décision de certification.

Évaluation 2 — mise en situation « Structuration commerciale » (C2, C4, C5, C8 — épreuve écrite et orale, individuelle ou en binôme). Dans le cadre d'une commande réelle ou reconstituée : construire une fiche de segmentation, positionner l'offre face aux concurrents (matrice de positionnement) et structurer un plan d'action initial (feuille de route : objectifs, jalons, canaux), puis **soutenir ses choix et sa méthodologie à l'oral devant un jury**.

Évaluation 3 — étude de cas « Pilotage de la mise en œuvre commerciale » (C11 à C16, épreuve individuelle écrite). À partir d'un dossier — données de performance, reporting, dysfonctionnements interservices, contraintes organisationnelles —, produire une **note d'aide à la décision commerciale** : analyse des résultats et des écarts, propositions d'ajustements opérationnels, priorisation d'allocations budgétaires, plan de coordination interservices et dispositif de suivi de la performance.

Évaluation 4 — mise en situation « Développement et pilotage partenarial » (C17 à C20 — épreuve écrite et orale, individuelle ou en binôme). Dans le cadre d'une commande simulée : analyser un portefeuille de partenaires, proposer des arbitrages budgétaires, construire un benchmark sectoriel et structurer un cadre contractuel de collaboration — livrables : fiche de synthèse stratégique, proposition de dispositif contractuel, plan de collaboration — puis **soutenance orale devant un jury**.

Évaluation 5 — étude de cas « Structuration et pilotage d'une équipe commerciale » (C21 à C30, épreuve individuelle écrite). À partir d'un dossier simulé (équipe à réorganiser : organigramme, fiches collaborateurs, données de performance, contraintes RH ou RSE³), produire une **note d'aide à la décision managériale** : structuration de l'équipe (portefeuilles, missions), objectifs individuels et collectifs, plan d'accompagnement RH, outils de pilotage, en intégrant les dimensions ESG⁴, diversité et accessibilité.

Évaluation 6 — mise en situation « Animation et accompagnement d'une équipe commerciale » (C23, C24, C26, C27, C28 — épreuve écrite et orale, individuelle ou en binôme). En position de **manager opérationnel** d'une équipe fictive confrontée à une réorganisation, de nouveaux objectifs et un turnover ou une montée en compétences : proposer l'organisation du travail, définir les objectifs, concevoir un plan d'accompagnement personnalisé pour un à deux profils, construire une grille de suivi d'animation et rédiger une fiche de synthèse justifiant les choix — puis **soutenance devant un jury simulant un comité RH/commercial**.

Évaluation 7 — mise en situation « Intégration d'une solution technologique et accompagnement du changement » (C31 à C36 — épreuve écrite et orale, individuelle ou en binôme). À partir d'un brief projet (problématique de performance commerciale ou de relation client, benchmark de solutions numériques — CRM⁵, IA, automatisation —, profils d'équipe et freins identifiés) : recommander un outil adapté, construire le plan de déploiement technique et humain, formaliser un dispositif de formation et d'accompagnement, créer les outils de suivi d'usage, d'adoption et d'impact — puis **soutenance devant un jury simulant un comité d'innovation**.

Évaluation 8 — étude de cas « Conception et lancement d'une offre innovante et responsable » (C37 à C40, épreuve individuelle écrite). À partir d'un dossier simulé (extraits de veille, signaux d'innovation, contexte de marché contraint) : identifier un besoin émergent ou un segment porteur, proposer une offre innovante, formuler une proposition de valeur personnalisée et évaluer les impacts ESG — le tout dans une **note de conception d'offre** : synthèse des signaux, caractérisation du besoin client, proposition d'offre justifiée, tableau d'impacts environnementaux, sociaux et éthiques.

3. **RSE** : responsabilité sociétale des entreprises — les engagements sociaux, sociétaux et environnementaux de l'organisation.

4. **ESG** : critères environnementaux, sociaux et de gouvernance — les mesures non financières de la performance d'une entreprise (définition du lexique du référentiel).

5. **CRM** (customer relationship management) : système de gestion centralisée des données clients, dans une logique de personnalisation et de fidélisation (définition du lexique du référentiel).

CE QUE LE JURY ÉVALUE (EN SUBSTANCE)

Les critères du référentiel, épreuve par épreuve, tiennent en une exigence constante : des **méthodes définies et justifiées** au regard des objectifs (méthodologies d'enquête, de segmentation, d'analyse), des **données fiables et croisées** exploitées avec les bons outils (analyses multivariées, modèles prédictifs, tableaux de bord dynamiques, outils d'aide à la décision), des **objectifs SMART**⁶ alignés sur la stratégie, l'**intégration systématique des critères RSE, ESG, de diversité et d'accessibilité**, et des **livrables structurés, argumentés et chiffrés**, directement exploitables par une direction. Aux soutenances, le candidat **justifie ses choix et sa méthodologie** face au jury.

LA CERTIFICATION

La certification s'obtient par la **validation des quatre blocs**, complétée par une **épreuve transversale — dossier et soutenance professionnels — mesurant leur maîtrise coordonnée** (fiche France compétences). Un bloc validé reste acquis¹.

Pour les candidats en situation de handicap, des **aménagements des conditions de passation** des épreuves écrites, orales, pratiques ou de contrôle continu sont prévus : temps supplémentaire pris en compte dans le déroulement des épreuves, présence d'un assistant, dispositif de communication adapté, mise à disposition d'un équipement adapté ou utilisation de l'équipement personnel du candidat. Si ces aménagements ne suffisent pas, le candidat peut saisir le **référé handicap du certificateur**. Le jury de certification peut enfin **neutraliser certains critères d'évaluation**, sur avis motivé du référent handicap, lorsqu'ils sont rendus non pertinents par la nature du handicap et ne relèvent pas du cœur du métier visé.

CONSULTER LE RÉFÉRENTIEL OFFICIEL

La certification est enregistrée au RNCP sous le numéro **41966**. Sa fiche publique France compétences décrit les blocs, les modalités d'évaluation et les conditions d'obtention :

- Fiche RNCP 41966 — Manager du développement commercial (France compétences) — fiche active, enregistrement jusqu'au 27/02/2029 (consultée le 20/08/2026).

L'école tient le référentiel du certificateur à disposition des apprentis qui souhaitent le consulter.

EPINAY MANAGEMENT SCHOOL

36 avenue Salvador Allende — 93800 Épinay-sur-Seine · SIRET 951 023 183 00019 · UAI 0932893P · NDA 11931218393 (préfecture d'Île-de-France)

contact@ems-epinay.com · 01 84 21 01 51 · ems-epinay.com

6. **SMART** : objectifs Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis.