

PROGRAMME DE LA FORMATION

MASTÈRE MANAGER DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

TITRE RECONNU PAR L'ÉTAT DE NIVEAU 7 (EU)

MÉTIERS VISÉS

- Directeur des ventes (Sales manager)
- Responsable grands comptes
- Chef de projet marketing
- Chef de projet digital

DURÉE

- 980 heures réparties sur 24 mois
- Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète

RYTHME

- 1 jour en formation / 4 jours en entreprise par semaine

CONDITIONS D'ADMISSION

1^{re} année

- Être titulaire d'un niveau 6 (EU) / 180 ECTS, idéalement mais pas exclusivement dans une filière à dominante commerciale, marketing, communication ou gestion, ou se prévaloir d'une expérience professionnelle équivalente.

2^e année

- Le titre est ouvert au Bac+4 validé dans le domaine considéré
- Notes et appréciations scolaires
- Entretien individuel de motivation
- Tests d'orthographe, d'anglais, de logique et de personnalité

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Cours dispensés en présentiel alternant des apports théoriques et des exercices pratiques réalisés principalement en projet de groupe
- Accompagnement individuel sur le Mémoire et la Thèse professionnelle
- Pour chaque cours, l'alternant et le formateur émargent virtuellement, attestant ainsi de la réalisation de l'action de formation.

À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ

- Le titre "Manager du Développement Commercial" est certifié par Talis Compétences & Certification et reconnu par l'Etat de niveau 7 (EU). Le titre a été enregistré le 09/02/2024 par France Compétences sous le n°RNCP 38583, code diplôme 16X31267 et code NSF 312 (Commerce, vente). Le titre est accessible par la VAE.
- Pour toute information, consultez le site vae.gouv.fr et pour la demande de recevabilité le site service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282

La formation ne comporte pas de liens de correspondance avec d'autres certifications ou habilitations.

* Sous condition de validation (voir règlement d'examen)



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Les aptitudes du manager du développement commercial lui permettent d'assurer le développement des ventes, accroître le réseau des distributeurs, séduire et fidéliser la clientèle, en veillant au respect des objectifs de chiffres d'affaires et de marges. Il est également le garant de l'amélioration continue des processus pour conforter le développement de l'activité, du chiffre d'affaires et des gains de parts de marché.

PUBLIC

- Étudiants
- Salariés (reconversion, promotion)
- Demandeurs d'emploi

PRISE EN CHARGE

La formation de l'apprenant est 100% prise en charge par l'OPCO et par un financement de l'entreprise. Le Reste À Charge pour l'entreprise est de 1000€ par an

COMPÉTENCES CLÉS

- Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise
- Concevoir un plan d'actions commerciales
- Piloter la stratégie commerciale omnicanale
- Manager les équipes commerciales

APPRÉCIATIONS DES RÉSULTATS

- Contrôles continus avec des épreuves écrites et soutenances orales (25% de la note finale) et examens tous les semestres (75% de la note finale).
- Remise de bulletins de notes et appréciations de l'équipe pédagogique.
- Après chaque examen, l'alternant reçoit une fiche d'évaluation des compétences par matière.
- Lors du parcours pédagogique, l'alternant élabore un Mémoire à soutenir devant un jury professionnel.

LES MOYENS TECHNIQUES



Possibilité de déjeuner sur place ou dans l'environnement proche



Ecrans connectés



Suite Office 365



Wifi



Accessible en fonction des aménagements possibles de l'établissement

VOTRE PROGRAMME

1ère ANNÉE

TEAM BUILDING

BLOC 1 : ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

- Outils d'aide à la décision et tableau de bord
- Intelligence artificielle marketing et commercial
- Droit commercial et des sociétés
- Droit de la concurrence et de la consommation.

BLOC 2 : CONCEVOIR UN PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

- Stratégie d'acquisition digitale
- Modélisation de l'expérience client
- Appel d'offres
- Recherche de financements pour projets

BLOC 3 : PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE OMNICANALE

- Éthique, RSE et réglementation du numérique
- Gestion de crise et résilience commerciale
- Bases de finance pour non financier
- E-commerce et commerce international

BLOC 4 : MANAGER LES ÉQUIPES COMMERCIALES

- Outils graphiques du manager
- Management
- Gestion de projets complexes
- Assertivité

TRANSVERSAL

- Anglais business English / anglais management
- Argumentaires commerciaux (5 séances de cours + 3 séances de SIMUL intercalées)
- Réaliser 1 vidéo pour les RS
- Podcast
- Marketing de contenu

2ème ANNÉE

BLOC 1 : ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

- Analyse des marchés et des tendances
- Data Driven commercial
- Positionnement commercial
- Stratégie commerciale et partenariats

BLOC 2 : CONCEVOIR UN PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

- Prospection et parcours client
- Business plan
- PAC omnicanal
- Outils de gestion de la relation client
- Suivi du PAC (ROI, Kpi's ...)

BLOC 3 : PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE OMNICANALE

- Performance commerciale de la stratégie
- Prospection et fidélisation
- Négociation commerciale
- Optimisation d'une plateforme e-commerce

BLOC 4 : MANAGER LES ÉQUIPES COMMERCIALES

- Leadership et coaching
- Recrutement et fidélisation des collaborateurs
- Optimisation de la performance individuelle et collective
- Entretiens professionnels et annuels d'appréciation

TRANSVERSAL

- Google
- Analyse et ROI
- Innovation and creativity

BUSINESS GAME PITCH DOSSIER DE SYNTHÈSE

Le programme est également découpé en blocs de compétences.
Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante.

