

MASTÈRE MANAGER DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

TITRE RECONNU PAR L'ÉTAT DE NIVEAU 7 (BAC +5)

MÉTIERS VISÉS

- Directeur des ventes (Sales manager)
- Ingénieur d'affaires, Ingénieur Commercial
- Responsable grands comptes
- Directeur de clientèle

DURÉE

- 930 heures réparties sur 24 mois : octobre N à octobre N+2
- 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

1re année

- Bac+3 validé (180 crédits ECTS) ou Bac+2 et 5 ans d'expérience

2e année

- Bac+4 validé dans le domaine considéré (240 crédits ECTS)
- 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, feuille d'émargement à signer par l'alternant et le formateur, 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 reconnu par l'Etat niveau 7. Le titre est délivré par TALIS et préparé en partenariat avec le certificateur. 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'entreprise et l'OPCO.

COMPÉTENCES CLÉS

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

APPRÉCIATIONS DES RÉSULTATS

- Contrôles continus avec des épreuves écrites et 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



Bibliothèque virtuelle



Accessible en fonction des aménagements possibles de l'établissement

VOTRE PROGRAMME

1ère ANNÉE

ANALYSER LA STRATÉGIE ET ASSURER LA VEILLE CONCURRENTIELLE

- Déterminer le positionnement marketing
- Exploiter et analyser des données marketing et commerciales
- Modéliser l'expérience client

DÉPLOYER DES PLANS D'ACTION

- Négocier les contrats fournisseurs
- Construire le plan d'actions
- Soutenir la décision

DÉVELOPPER SON RÉSEAU DE PARTENAIRES

- Pénétrer un nouveau marché
- Développer ses compétences de négociation
- Développer une stratégie de positionnement

ASSURER LA GESTION BUDGÉTAIRE, FINANCIÈRE ET ADMINISTRATIVE D'UNE ENTITÉ

- Fondamentaux du droit commercial et des sociétés
- Pratiquer le contrôle de gestion
- Recherche de financements pour projets

ASSURER LA GESTION BUDGÉTAIRE, FINANCIÈRE ET ADMINISTRATIVE D'UNE ENTITÉ

- Manager une équipe projet
- Pratiquer les fondamentaux du management en présentiel et en distanciel

ANGLAIS PROFESSIONNEL

2ème ANNÉE

ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

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

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 ...)

PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE OMNISCANALE

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

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

ANGLAIS PROFESSIONNEL

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

BLOC 1

Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise.

BLOC 2

Concevoir un plan d'actions commerciales.

BLOC 3

Piloter la stratégie commerciale omnicanale.

BLOC 4

Manager les équipes commerciales