

# MASTÈRE MANAGER DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

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

## MÉTIERS VISÉS

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

## DURÉE

- 950 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

### 1re 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.

### 2e 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 PEDAGOGIQUES

- 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 émergent 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](http://vae.gouv.fr) et pour la demande de recevabilité le site [service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282](http://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 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.

## COMPETENCES CLES

- Élaborer une stratégie commerciale alignée avec les objectifs globaux de l'entreprise.
- Préparer un plan d'actions commerciales détaillé et opérationnel.
- Construire et négocier des offres commerciales attractives et rentables.
- Piloter et maintenir la performance des équipes commerciales pour atteindre les objectifs fixés.

## APPRECIATIONS DES RESULTATS

- 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



Bibliothèque virtuelle



Accessible en fonction des aménagements possibles de l'établissement

## VOTRE PROGRAMME

### 1ère ANNÉE

#### ANALYSER LA STRATÉGIE ET ASSURER LA VEILLE CONCURRENTIELLE

- Exploiter et analyser des données marketing et commerciales
- Déterminer le positionnement marketing
- Concevoir la stratégie marketing et commercial
- Modéliser l'expérience et le parcours client

#### DÉPLOYER DES PLANS D'ACTION

- Déployer un plan d'actions marketing et commercial
- Développer une stratégie d'achat
- Construire une offre commerciale

#### DÉVELOPPER SON RÉSEAU DE PARTENAIRES

- Pénétrer un nouveau marché
- Développer ses compétences de négociation
- Développer une stratégie de positionnement
- Recherche de financements pour projets

#### ASSURER LA GESTION BUDGÉTAIRE,

#### FINANCIÈRE ET ADMINISTRATIVE D'UNE ENTITÉ

- Maîtriser les fondamentaux du droit commercial et des sociétés
- S'initier à la construction d'un business plan
- Pratiquer le contrôle de gestion en tant que business partner
- Acquérir des bases de finance pour non financiers

#### ENCADRER SON ÉQUIPE

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

#### TRANSVERSAL

- Anglais
- Argumentaires commerciaux
- Tableaux de bord

#### MÉMOIRE 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 OMNICANALE

- 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

#### TRANSVERSAL

- Anglais

#### BUSINESS GAME

#### MÉMOIRE PROFESSIONNEL PROJET PROFESSIONNEL



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

### BLOC 1

Elaborer 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