

Titre RNCP Manager de Business Unit MBA Marketing et développement commercial

Nouveauté



Niveau 7



24 mois
805h



100 % en
ligne

Le La **Manager de Business Unit** (MBA Marketing et développement commercial) pilote l'activité et le développement de l'entreprise sur l'ensemble de son périmètre géographique ou fonctionnel. Il/Elle développe des produits et services à destination de clients (interne et/ou externe) dont il/elle a la charge et s'occupe également du recrutement et du management de ses équipes internes.

Le La **Manager de Business Unit** doit détenir une vision à 360° de l'organisation, de ses enjeux de développement et des risques associés, afin de travailler de concert avec l'ensemble des autres directions.

Objectifs généraux de la formation

Maîtriser les compétences nécessaires à l'exercice du métier de **Manager de Business Unit** (MBA Marketing et développement commercial) en validant le **Titre RNCP " Manager de Business Unit » de ESGCV de niveau 7 enregistré au RNCP sous le numéro RNCP35961 par décision de France Compétences du 15/10/2021. (code NSF 312 : Gestion des échanges commerciaux) (date d'échéance de l'enregistrement le 15/10/26).**

L'acquisition de la certification est conditionnée par la validation des 5 blocs de compétences. Pour plus d'informations n'hésitez pas à consulter la Fiche RNCP de France Compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35961/>

Connaissances et compétences attendues à l'issue de la formation :

- Elaborer la stratégie de développement d'une BU
- Argumenter et valoriser une stratégie auprès de la direction générale
- Coordonner et évaluer la comptabilité et la finance d'une BU sous et/ou avec les directions concernées (direction comptables, financières, recouvrement...)
- Auditer la structure financière et comptable d'une Business Unit
- Optimiser la performance économique d'une Business Unit
- Co-conceptionner un plan marketing et commercial avec les directions associées
- Valoriser un projet, un produit ou un service au moyen d'une campagne de communication
- Manager une Business Unit incluant le management de délégation
- Accompagner les membres de la BU dans le développement de leurs compétences et/ou de la réalisation de leurs objectifs individuels et collectifs
- Sourcer et sélectionner les prestataires et/ou les fournisseurs nécessaires à la réalisation d'un projet de transformation et/ou d'innovation
- Concevoir et déployer un projet de transformation et/ou d'innovation au sein d'une BU / d'une organisation
- Accompagner le changement

Objectifs spécifiques de la formation

- ✓ **Bloc 1 - RNCP35961BC01 - Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel :**
 - Réaliser un diagnostic stratégique d'une organisation en analysant son environnement macro-économique
 - Élaborer un dispositif de veille scientifique, technique, technologique, réglementaire, sectorielle et concurrentielle
 - Identifier les opportunités de développement en France ou à l'international de l'activité de sa business unit
 - Élaborer la stratégie de développement d'une BU
 - Piloter les outils de suivi et mesure de l'efficacité de la stratégie de développement d'une BU
 - Défendre la stratégie de développement d'une Business Unit auprès de la direction générale en présentant un business plan

- ✓ **Bloc 2 - RNCP35961BC02 - Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction :**
 - Évaluer la structure financière et comptable d'une business unit
 - Élaborer le budget prévisionnel d'exploitation
 - Piloter la performance de la Business Unit
- ✓ **Bloc 3 - RNCP35961BC03 - Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'internationale :**
 - Concevoir et déployer un plan d'actions marketing et commercial
 - Élaborer ou participer à l'élaboration de la proposition de valeur et l'argumentaire associés à un produit ou un service
 - Piloter les outils de suivi et mesure de l'efficacité des plans d'actions marketing et commercial
- ✓ **Bloc 4 - RNCP35961BC04 - Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité :**
 - Réaliser un audit organisationnel et/ou de gouvernance d'une business unit
 - Évaluer l'adéquation entre les compétences des collaborateurs de la BU et le besoin en compétences
 - Organiser des entretiens de recrutement (interne et externe) adaptés aux postes à pourvoir
 - Accompagner les collaborateurs dans la définition et la réalisation de leurs objectifs individuels et collectifs
 - Mettre en œuvre un management de délégation en définissant des objectifs SMART
- ✓ **Bloc 5 - RNCP35961BC05 - Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client :**
 - Concevoir un projet de transformation et/ou d'innovation à l'échelle d'une BU
 - Définir l'organisation et les étapes d'un projet de transformation et/ou d'innovation
 - Identifier et sélectionner des partenaires (prestataires, fournisseurs, experts...)
 - Évaluer un projet de transformation et/ou d'innovation sur la base d'indicateurs de suivi et de performance
 - Piloter l'accompagnement au changement et l'innovation au sein d'une BU

Programme de la formation (minimum 805h)*

La formation se compose de **5 blocs de compétences en e-learning (600h)** complétés par **205h d'accompagnement pédagogique en ligne + alternance en entreprise**.

Jours 1 à 115 : (*Programme détaillé ci-dessous)

Modules accompagnement (205h) :

- **Réussir mon alternance** = Connaissance de l'alternance, des contrats, engagements réciproques, aides et modalités de suivi, Citoyenneté, présentation et santé au travail, etc.
- **Réussir ma vie professionnelle** = Comprendre les enjeux de l'entreprise pour favoriser mon intégration, Démarquez-vous en entreprise (*Parcours sur la médiathèque dont environ 50 % connecté et 50 % non connecté (temps de travail personnel et mises en situations, stratégies individuelles d'apprentissage : travail offline et téléchargement, prises de notes, visionnages multiples de vidéos, etc.)*)
- **Renforcement compétences transversales et digitales** = Programme complémentaire de développement des compétences sur les outils d'intelligence artificielle générative et de renforcement des compétences transversales (communication, efficacité) pour favoriser l'intégration et l'employabilité en entreprise : Initiation IA Skills (bases de l'IA générative)/Soft Skills essentielles (communication, efficacité)
- **Accompagnement & renforcement pédagogique** = lives interactifs du coaching carrière (projet professionnel, candidatures, entretien, réseau, mobilité internationale, etc.), suivi personnalisé + informations liées aux aides sociales, à la mobilité internationale, au handicap.
- **Renforcement compétences stratégiques et managériales** (40 h) = Programme complémentaire de perfectionnement et d'expertise sur les digital skills managériales (3 à 4 programmes courts au choix parmi le catalogue) pour exceller dans les fonctions à responsabilités :
 - Perfectionnement IA et Soft Skills niveau expertise
 - Digital Skills managériales (technologies digitales, stratégiques et d'analyse)
- **Méthodologie de travail** (36 h) = Développement de l'autonomie et de l'efficacité professionnelle par des méthodes d'organisation du travail personnel (recherche, analyse, réflexion, intégration des compétences acquises en formation et en entreprise) en lien avec la production des livrables attendus dans le cadre des évaluations.

Modules e-learning (600h) :

- Excell-Word-Powerpoint.
- Bienvenue dans votre formation. (5h)

- Bloc 1 - RNCP35961BC01 - Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel (117h) + évaluations en cours de formation (13h) + épreuves d'examen (20h)
- Bloc 2 - RNCP35961BC02 - Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction (90h) + évaluations en cours de formation (10h) + épreuves d'examen (20h)
- Bloc 3 - RNCP35961BC03 - Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'internationale (90h) + évaluations en cours de formation (10h) + épreuves d'examen (20h)
- Bloc 4 - RNCP35961BC04 - Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité (85h) + évaluations en cours de formation (12h) + épreuves d'examen (8h)
- Bloc 5 - RNCP35961BC05 - Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client (80h) + évaluations en cours de formation (12h) + épreuves d'examen (8h)



Profil des candidat(e)s

Pour qui :

- Apprenti(e)s

Prérequis obligatoires à l'entrée en formation :

- Être titulaire d'un diplôme BAC+3 ou titre de niveau attestant d'un niveau 6.

Prérequis souhaités :

- Maîtrise d'Excel et de Word.

Débouchés et suite de parcours

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Responsable d'agence, de PME
- Business Unit Manager
- Consultant
- Directeur d'agence
- Directeur de centre de profit
- Gérant d'entreprise

Taux d'insertion global moyen à 6 mois : 92% (données RNCP2017)

Poursuite de parcours :

- Doctorate in Business Administration (DBA)

Passerelles : (non connues)

Se référer à la Fiche RNCP sur le site de France Compétences :
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35961/>

Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois : 68% (données RNCP2017)

Tarif et Prise en charge

Tarif pour le candidat : 100% pris en charge-Tarif pour l'organisme financeur (Décret n° 2025-174 du 22 février 2025 relatif à l'aide unique aux employeurs d'apprentis) : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000051235656> . À compter du 1er juillet 2025, pour les contrats d'apprentissage préparant à un diplôme ou un titre professionnel **au moins égal à Bac+3** (niveau 6 du cadre national des certifications professionnelles), l'employeur devra désormais verser une somme forfaitaire de **750 €**. Le centre de formation des apprentis (CFA) concerné se chargera de recouvrer cette participation obligatoire.

Si vous souhaitez des informations plus détaillées sur les financements et les prises en charge, veuillez contacter nos agences.

Plusieurs dispositifs existent pour faire financer une formation, ils dépendent de la situation du candidat et de l'entreprise.

➔ *Devis sur demande et renseignements auprès de nos agences*

Contacts :

① Site de Lyon : contact@opusformation.eu - 04 72 60 79 11 - 93 rue Bugeaud, 69006 LYON

① Site de Paris : contact-paris@opusformation.eu - 01 43 64 68 45 - 1 rue des Montiboefs, 75020 PARIS

Modalités d'accès et de délais

⇒ **Modalités :**

Recrutement toute l'année*. Modalités : Dossier, Tests et/ou entretiens en amont de la formation. * Le délai d'accès à la formation dépend de la programmation et des places disponibles, en constante évolution mais si places disponibles entrée sous 3 semaines.

⇒ **Accessibilité :**

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap, pour plus d'informations et d'accompagnement veuillez-vous rapprocher de nos assistant(e)s référent(e)s présent(e)s sur chaque site.

Les supports écrits de formation sont optimisés pour fonctionner avec la liseuse d'écran ReadSpeaker possédant un plug-in dédié pour l'accessibilité : modification de la police de caractère, masque de lecture et agrandissement du texte,

- Les cours vidéos peuvent être sous-titrés,
- Les échanges avec les différentes équipes de Studi peuvent être réalisés à l'écrit ou à l'oral suivant le handicap de l'Apprenant.

⇒ **Aménagements des épreuves pour personnes en situation de handicap :**

Sur présentation de documents officiels relatifs au handicap (RQTH, carte d'invalidité, etc.), l'Apprenant peut bénéficier d'aménagements des épreuves (temps supplémentaire et/ou aides humaines et techniques).

⇒ **Rythme, durée et horaires de la formation :**

Rythme contrat en alternance : 1 jours en CFA / 4 jours en entreprise + 30 jours/an d'accompagnement.

Horaires de la formation : de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h ou 8h30 à 12h et de 13h à 16h30.

Durée* : à partir de 805h en CFA pour un contrat de 24 mois.

Mois d'examen : 2 sessions/an en ligne : Décembre et Juin.

**Délais et Durées indicatifs et ajustables en fonction des besoins et des personnes.*



Modalités de validation

- Chaque bloc de compétences est capitalisable. La validation de tous les blocs permet l'obtention de la certification.
- Obtention de la Certification du Titre RNCP " Manager de Business Unit » de ESGCV de niveau 7.
- **Candidat en situation de handicap** : Sur avis motivé du référent handicap le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation.

Modalités des épreuves d'examen (76h) *

- Sessions d'examens de type distancielle : 1 ou 2 épreuves d'examen par bloc de compétences avec 1 rattrapage par épreuve (Projet professionnel et-ou Mise en situation professionnelle et-ou Etude de cas et-ou Vidéos) + 1 QCM certifiant studi par bloc de compétences.
- 2 Sessions d'Examen en Décembre et Juin.

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance entre **formation en ligne et périodes en entreprise**
- Possibilité de se connecter de façon illimitée et à tout moment pour réaliser les différentes activités d'apprentissage FOAD
- **PC portable.**
- L'apprenant.e sera en relation permanente avec le service relation apprenant de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera différentes activités d'apprentissage FOAD.
- Accès à des ressources pédagogiques spécifiques au parcours et à des ressources complémentaires disponibles en ligne (Modules e-learning, PPT, Voix-off, vidéos) mais également hors connexion (documents PDF).
- Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'apprenant.e dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités : un référent est identifié pour assister les apprenants lors de difficultés en relation avec les moyens techniques (connexion, matériel, plateforme...). Il reste disponible pour l'apprenant sous un délai de : 24h maximum.
- Plateforme LMS Formalia.

Equipe pédagogique FORMALIA STUDI

Formateur référent du parcours : COCHINI Samuel - London - Versatile Sales Person Training / Amsterdam - Siebel – ESP TAS account management / Amsterdam - Siebel – Strategic Account Planning - 20 ans d'expérience

Intervenant sur les 5 blocs :

MANIEZ Isabelle - CAPET Economie Gestion Commerciale - 20 ans d'expérience

VARON Anne - DESS Gestion de l'entreprise - Formatrice consultante - 20 ans d'expérience

LABOUREUR Céline - Certification ESSEC-ORANGE - Formatrice consultante et vacataire - 20 ans d'expérience

RITZENTHALER Emmanuel - Maîtrise Marketing et Vente & Diplôme de coach professionnel - Directeur Régional du Groupe Yves Rocher - 30 ans d'expérience

GITZHOFFER Anne - CAPET CAER ECO-GESTION COMMERCIALE - Formatrice en Marketing - 30 ans d'expérience

COCHINI Julie - Master en Marketing Stratégique ESM-A - Formatrice et consultante en Marketing et stratégie digitale - 10 ans d'expérience.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques dont des travaux encadrés et évalués (Évaluations en cours de formation d'une durée totale estimée : 57 h) sont proposés tout au long de la formation + **autoévaluation.**
- **Livret de suivi des compétences en entreprise.**
- **Grille d'évaluation des acquis** tout au long de la formation.



***Modalités détaillées des épreuves d'examen (76h) et du programme sur la plateforme STUDI FORMALIA :**

RNCP35961BC01 – Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel :

Epreuves d'Examen : 20h

- **Projet professionnel** de 10-15 pages (hors énoncé et annexes), en 3 parties, portant sur une problématique rencontrée par une entreprise réelle (ou un groupement d'entreprises), en lien avec un stage, une expérience professionnelle actuelle ou passée, ou toute entreprise dont les informations sont libres d'accès (durée estimée : 10 heures)
- **Une mise en situation**, en 4 parties, portant sur une entreprise réelle ou fictive (durée estimée : 10 heures)
- **Réalisation d'une vidéo** de 6 à 8 minutes sur les livrables réalisés à déposer sur la plateforme.
- **QCM « Réussir ma certification STUDI du bloc – Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel »**

RNCP35961BC02 – Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction :

Epreuves d'Examen : 20h

- **Epreuve écrite** en ligne à déposer sur la plateforme s'appuyant sur une étude de cas/sur une mise en situation professionnelle traitant de problématiques d'entreprises données en marketing et/ou commerce
- **QCM « Réussir ma certification STUDI du bloc – Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction »**

RNCP35961BC03 – Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'international :

Epreuves d'Examen : 20h

- **Epreuve écrite** en ligne en 2 parties à déposer sur la plateforme s'appuyant sur une étude de cas/sur une mise en situation professionnelle traitant de problématiques d'entreprises données en marketing et/ou commerce et sur des contextes professionnels reconstitués
- **Réalisation d'une vidéo** de 6 à 8 minutes de présentation de l'épreuve écrite à déposer sur la plateforme
- **QCM « Réussir ma certification STUDI du bloc – Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'international »**

RNCP35961BC04 – Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité :

Epreuves d'Examen : 8h

- **Épreuve écrite** en ligne à déposer sur la plateforme de type dossier de consulting portant sur un audit sur entreprise réelle ou fictive.
- **QCM « Réussir ma certification STUDI du bloc – Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité »**

RNCP35961BC05 – Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client :

Epreuves d'Examen : 8h

- **Épreuve écrite** en ligne à déposer sur la plateforme de type dossier de consulting portant sur un projet de transformation sur entreprise réelle ou fictive
- **QCM « Réussir ma certification STUDI du bloc – Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client »**

Programme détaillé

Elaboration et pilotage de la stratégie marketing et commerciale

Comprendre la réflexion stratégique

- La notion de marché
- La prise en compte des marchés
- Les fondamentaux de la stratégie d'entreprise
- L'analyse stratégique : Enjeux et démarche
- Les forces d'une business unit

Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement commercial

- L'analyse de l'environnement global de l'entreprise
- La mise en œuvre d'études qualitatives
- La création d'un échantillon pour étude qualitative
- Les types d'études quantitatives
- La réalisation d'une enquête
- Le comportement individuel et social du consommateur
- Les insights consommateurs

Analyser les ressources de la direction marketing et commerciale

- Les facteurs clés de succès
- L'analyse de la chaîne de valeur
- Le processus de création de valeur
- L'analyse stratégique et l'analyse du portefeuille clients

Déterminer les choix et les décisions stratégiques de la direction marketing et commerciale

- L'analyse et le diagnostic stratégique
- Du métier de l'entreprise à la segmentation stratégique de ses activités
- De la stratégie globale à la stratégie marketing
- La méthodologie du processus stratégique

Comprendre la veille et ses enjeux

- La veille
- La veille et l'innovation
- La veille sociétale/comportementale
- La veille concurrentielle et sectorielle
- Les études complémentaires à la veille
- Le benchmark
- Le bench concurrentiel
- Le benchmark digital

Analyser et exploiter les informations et en organiser la diffusion

- Les outils digitaux de la veille
- Les sources d'informations
- L'identification des informations à recueillir
- L'organisation de la veille sur les réseaux sociaux
- Optimiser la diffusion des informations

Evaluer la concurrence de la Business Unit

- L'analyse de l'entreprise face à la concurrence
- La notion de concurrence et diversité concurrentielle
- Les stratégies concurrentielles
- L'analyse concurrentielle

Concevoir une stratégie à l'international

- Le business modèle canevas
- Etude de nouveaux business modèles ayant fait leurs preuves
- Les nouveaux business modèles émergents
- Le développement à l'international
- L'adaptation de l'offre sur un marché international

Fixer les objectifs pertinents de la direction marketing et commerciale

- Le choix des objectifs stratégiques
- La fixation d'objectifs
- La relativité des objectifs

Adapter la stratégie globale à la direction marketing et commerciale

- BU : les différentes stratégies
- Les modes de croissance
- Le rôle des dirigeants et du comité exécutif
- Les stratégies au cours du cycle de vie de la BU
- L'exploitation des outils de business intelligence

Déterminer les conséquences des décisions sur la direction marketing et commerciale

- Freins et obstacles à la prise de décision
- L'acceptation de la décision
- Les impacts dans une démarche internationale
- L'évaluation des conséquences d'une décision

Déterminer les indicateurs de performance indispensables à la direction marketing et commerciale

- Présentation et définition des concepts
- Le reporting
- Le suivi du reporting

Piloter les outils de mesure

- Les outils de mesure de l'efficacité
- La construction d'un tableau de bord opérationnel
- Les modalités de suivi
- La mise en place d'un tableau de bord et le suivi des KPI

Auditer les résultats de la direction marketing et commerciale

- L'analyse des données statistiques
- Les représentations graphiques
- La mesure de la performance commerciale
- La méthode Six Sigma

Concevoir le business plan de la BU

- La préparation et la structuration du business plan
- La faisabilité économique et financière du business plan

Planifier la stratégie de la direction marketing et commerciale

- L'évaluation des besoins en personnel
- L'ajustement des besoins
- Le planning des actions
- La gestion du temps

Convaincre son auditoire

- Des présentations de résultats impactantes
- Les fondamentaux de la prise de parole en public
- La préparation des conditions matérielles
- L'optimisation de son intervention pour atteindre ses objectifs
- Négocier avec sa direction

Gestion du budget et pilotage de la performance marketing et commerciale

Comprendre et estimer les ressources financières de la direction marketing et commerciale

- Introduction : les enjeux de la conception d'une enveloppe budgétaire
- Finance d'entreprise
- Gestion d'un P&L
- Le prix de vente
- Le principe d'élaboration des comptes financiers
- L'analyse des principes financiers fondamentaux

Évaluer les résultats financiers de la direction marketing et commerciale

- Les grands principes de l'analyse financière
- L'analyse de la performance financière
- L'interprétation des indicateurs

Formuler des axes de développement

- Le diagnostic de la performance économique : les soldes intermédiaires de gestion
- La valeur ajoutée
- L'excédent brut d'exploitation
- Le résultat d'exploitation
- Le résultat financier

Comprendre les composantes du budget d'exploitation de la BU

- Identification de la structure de coûts
- Recensement des coûts associés à une activité, un produit ou un service de la BU
- Démarche de calcul de coût de revient d'un produit ou service
- Le suivi budgétaire
- Les insuffisances budgétaires

Participer à l'élaboration du budget d'exploitation de la BU

- La démarche budgétaire
- L'évaluation des moyens
- Les clés de répartition
- La marge

Comprendre les budgets et compte de résultat de la BU

- Calculer et analyser le seuil de rentabilité
- Le principe et les limites du modèle
- La difficulté de la ventilation CV/CS (coût variable/coût standard)
- La variable et la proportionnalité des charges
- Les réajustements indispensables
- Détermination des coûts prévisionnels

Piloter les indicateurs de performance de la direction marketing et commerciale

- Identification des critères de performance
- Proposition de critères de performance adaptés au contexte
- Présentation des tableaux de bords

Comprendre les fondamentaux du droit commercial

- Les principaux concepts juridiques applicables en matière commerciale
- Le RGPD
- L'organisation du commerce : chambres de commerce, tribunaux de commerce
- Les sociétés commerciales
- L'entreprise individuelle
- Les obligations communes à toutes les entreprises
- Le fonctionnement des règles de responsabilité civile

Conception et suivi du plan marketing et commercial

Définir les orientations stratégiques

- L'analyse de la stratégie commerciale
- Définition et utilité d'un PAC
- Les facteurs clés de succès d'un PAC
- La segmentation
- Le ciblage

Déterminer le positionnement

- Le mix marketing et le positionnement de l'offre
- Les outils du positionnement
- Les étapes et enjeux d'un diagnostic de positionnement de l'entreprise
- Le positionnement du produit vs Stratégique
- La création des persona
- La culture des Data
- La vision client unique

Elaborer le plan d'action marketing et commerciale

- L'analyse des potentiels de l'entreprise
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale d'entreprise
- Les généralités sur le plan d'actions commerciales
- L'omnicanal
- Le cross canal
- Les techniques du cross canal
- Les déclinaisons du plan marketing

- Du plan stratégique de l'entreprise au PAC
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en BtoB
- Les appels d'offres publics
- L'élaboration de la réponse à appel d'offres
- La stratégie d'anticipation des appels d'offres
- La relation client B2C dans l'industrie du luxe et de la mode
- Les stratégies de développement commercial en retail
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en retail
- La gestion des grands comptes en retail

Comprendre la stratégie d'entreprise et la stratégie de marque

- L'approche de la marque
- L'étendue de la marque
- Les notions clés du marketing digital
- Les nouvelles formes de publicité et de communication digitale
- Une introduction à la stratégie de contenu
- Le développement d'une stratégie de contenu
- Réussir sa stratégie de création de contenu
- L'évaluation du potentiel de la marque en fonction des cibles

Concevoir une proposition de valeur pertinente

- Les fondamentaux d'une proposition de valeur
- Les objectifs d'une proposition de valeur
- Les étapes du processus d'achat
- La prise de conscience d'un besoin
- Création d'un argumentaire adapté

Construire une stratégie de business développement à l'international

- Se connaître pour gagner en efficacité lors d'une négociation
- Les stratégies d'influence lors d'une négociation
- Design de nouveaux produits
- Business Model Design and Implementation
- Protection des actifs immatériels en contexte international

Décliner la proposition de valeur en offre de produit ou service

- La stratégie et la politique de produit
- Les moyens d'actions marketing / produit
- Elaborer le plan marketing d'un produit
- L'élaboration d'une politique marketing des services
- La conception d'une offre de service
- Les moyens d'actions marketing / service

Utiliser les outils digitaux comme levier de développement

- Le m-commerce
- Les marchés de niche
- L'innovation
- L'hyper-personnalisation
- Le développement de la visio conférence pour les commerciaux

Concevoir un plan de communication adapté à la cible

- Les objectifs du plan de communication

- Déclinaison des objectifs marketing en plan d'action de communication
- Les KPI en communication
- Panorama des différents médias
- Rédiger le brief communication
- Mettre en œuvre le plan de communication

Piloter le plan marketing et commercial

- Le pilotage de l'action commerciale
- L'optimisation et le suivi d'un PAC

Mesurer l'efficacité du plan d'action marketing et commercial

- L'analyse des écarts des actions du mix marketing
- La mesure du progrès
- Les différentes stimulations pour atteindre les objectifs
- Définition des actions correctives

Comprendre les spécificités de la gestion stratégique d'un département marketing et commercial

- L'organisation d'un service commercial
- Le marketing
- Les outils du responsable commercial
- L'exploitation de la business intelligence
- La stimulation de la créativité des équipes marketing
- La collaboration entre les équipes marketing et le reste de l'entreprise
- La gestion marketing d'une PME vs la gestion marketing d'une grande entreprise
- L'externalisation du service marketing
- La structure d'un département marketing
- Les spécialistes du web dans un service marketing

Maîtriser les outils et pratiques de la GRC

- Le capital Client : comment l'évaluer et le développer
- La relation client
- Instaurer une culture de la relation client
- Management de l'expérience client et fidélisation
- Les CRM
- La mesure de la satisfaction
- La digitalisation de la relation client

Stratégies innovantes de management d'une équipe marketing et commerciale

Comprendre et piloter une direction marketing et commercial

- Qu'est-ce qu'une organisation ?
- Les évolutions des modes d'organisation
- La définition de la gouvernance
- Analyse des parties prenantes et structures de gouvernance

Accompagner la montée en compétence des ressources humaines

- La GEPP au service de la stratégie de l'entreprise
- Les outils d'accompagnement et d'évaluation de la

- prospective
- La cartographie des compétences de l'entreprise
- L'organisation et la planification de la gestion des compétences
- Le processus de recrutement
- La découverte des talents
- La guerre des talents : l'inbound recruiting
- Comment créer un plan d'onboarding efficace pour ses collaborateurs
- Définir les besoins : le diagnostic des besoins en compétences
- Identifier les actions et budgéter : les modalités de réalisation des actions de formation

Évaluer l'impact du plan de développement des compétences : les indicateurs

Piloter le développement des ressources humaines

- Les campagnes de recrutement à l'ère du digital
- Le recours à des prestataires externes de recrutement
- La cooptation et la prise de références dans le recrutement
- L'éthique et le recrutement
- Pilotage des compétences (acquisition et maintien)

Accompagner une équipe et la faire grandir

- Résorber les conflits et gérer les situations conflictuelles
- Capitaliser sur l'expérience, tracer une roadmap
- Le management interculturel
- Les enjeux de la diversité en entreprise
- Le management intergénérationnel
- Le management en équipe projet
- L'agilité managériale
- Déléguer avec justesse
- La fidélisation des collaborateurs
- L'expérience collaborateur
- L'analyse de problématiques managériales
- Les solutions adaptées à une problématique managériale

Piloter la performance d'une organisation

- Actualiser les définitions de fonctions
- Animer des réunions structurées
- Développer l'intelligence collective dans ses équipes
- Suivre et accompagner la performance de ses collaborateurs

Maîtriser les fondamentaux du management

- Le management et le manager
- Le management des individus et des groupes
- Les communications orale et écrite avec un subordonné

Engager les collaborateurs et piloter leur performance

- La mise en place d'actions incentive et de formations
- Recadrer un comportement déviant
- Le management commercial
- Accompagner et motiver ses équipes commerciales
- Le management à distance
- Règlementation anti corruption dans la relation client

Accompagner le changement en interne

- Les spécificités du management en mode projet

Management de projet de transformation et/ou d'innovation

Concevoir un projet de transformation

- L'accompagnement au changement
- La place de la conduite du changement
- Les enjeux de la transformation digitale
- L'organisation d'un workshop créatif
- Méthode de créativité : Creative Problem Solving (CPS)
- Atelier de créativité : les cartes heuristiques
- Stimuler l'innovation : la méthode KCP
- Atelier de créativité : SCAMPER
- Process et organisation d'un projet à l'international
- La gouvernance d'un projet de transformation à l'international

Organiser un projet de transformation

- Piloter un projet de transformation digitale
- Piloter un projet de transformation digitale - Déploiement opérationnel
- Piloter un projet de transformation digitale - Les nouvelles méthodologies autour de l'agilité
- Les documents contractuels d'un projet (WBS / Recettage par lot / réserves...)
- Les outils de la gestion de projet (connaissances / production /...)
- Créer un plan d'onboarding pour votre projet de transformation digitale
- Le cahier des charges technique : du besoin à la solution technique
- Le cahier des charges fonctionnel : le contexte du projet et ses enjeux
- Le cahier des charges fonctionnel : l'organisation du projet
- Le cahier des charges techniques : budget, délais et suivi

Recruter et piloter les parties prenantes du projet de transformation

- Rôles et responsabilités dans un projet digital
- Cartographier les compétences nécessaires au projet
- Recruter les compétences opérationnelles nécessaires à l'équipe projet digital
- Le chef de projet digital au centre du projet
- Terminer de recruter pour mieux intégrer et développer l'employabilité de ses ressources
- Structurer une équipe projet pour mieux collaborer
- Les règles juridiques de la sous-traitance et l'achat de prestation
- Comprendre et gérer le changement dans ses projets
- Communiquer sur son projet pour développer l'adhésion

Mesurer l'efficacité de son projet

- Quels indicateurs de performances pour mesurer le succès d'une transformation digitale
- Techno : le mythe de la "solution" technologique
- Les enjeux au service de l'amélioration continue
- Les tests et recettes
- La validation du contenu et la clôture du projet
- La clôture d'un projet

- L'analyse du changement
- Les interactions et les humains
- Les évaluations des impacts
- L'identification des processus de résistance