

Manager du Développement Commercial

Vous souhaitez intégrer un Master hors Parcoursup en développement commercial? Rejoignez-vite IRFA Sud !

PRÉREQUIS ET ADMISSION

- Avoir une licence ou un diplôme de niveau 6 (bac+3)
- Maîtrise de la langue française et des outils digitaux

Recrutements hors Parcoursup dans toute la France.

Avant de pouvoir vous inscrire à cette formation, vous devez au préalable contacter notre organisme de formation par [téléphone](tel:) (<https://www.irfasud.fr/centres-de-formation/>) ou via le formulaire de demande de renseignements.

Nos équipes vous accompagneront pour définir votre besoin et vous mettre en relation avec nos entreprises partenaires.

Si votre projet de formation est validé et qu'un employeur valide votre embauche en contrat d'apprentissage avant le 30/10/2024 vous pourrez alors intégrer notre master.

OBJECTIFS

Valider la certification professionnelle Manager du Développement Commercial niveau 7 (bac +5) et être capable à l'issue de la formation d'initialiser et de stimuler le processus de développement stratégique, de gérer un portefeuille client, de piloter la performance commerciale et d'assurer le déploiement de la stratégie commerciale de l'entreprise.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :

Formation 100% à distance en Visio avec vos formateurs et votre groupe d'apprentis préparant la même certification.
Groupe de maximum 15 apprenants.

Session 2024-2026 organisée en partenariat avec le CFA de l'OFIAQ.



PROGRAMME

Le Master Manager du développement Commercial est composée de 5 blocs (CCP – Certificat de Compétences Professionnelles).



Où se former

- Formations à distance
- Agde
- Albi
- Bagnols-sur-Cèze
- Cahors
- Carcassonne
- Montauban
- Montpellier
- Narbonne
- Nîmes
- Perpignan
- Prades
- Ramonville
- Toulouse

Validation visée

- Certification professionnelle de niveau 7 (niveau Bac +5)

Financement

- Apprentissage

Durée

- 2 ans en contrat d'apprentissage
- Entrées possibles avant le 30/10/2024 pour la session 2024/2026

BC 1 : Analyse des enjeux stratégiques de l'entreprise

- Comprendre les choix stratégiques de l'entreprise pour les décliner en plans d'actions commerciales en s'appuyant sur un diagnostic stratégique de l'entreprise à partir de données :- externes (données du marché)- internes (structure des offres, du portefeuille clients et du processus commercial)
- Analyser la stratégie, la vision, les missions et les valeurs de son entreprise afin d'adapter ou de proposer une stratégie commerciale en lien avec la politique générale de l'entreprise.
- Comprendre les attentes divergentes et convergentes des parties prenantes internes et externes de l'entreprise pour mesurer leurs enjeux et leurs impacts.
- Comprendre le fonctionnement du parcours d'achat du client et son mode de réflexion afin d'adapter des actions commerciales face à l'évolution du marché.
- Identifier et comprendre les concurrents directs et indirects afin de positionner les offres commerciales de l'entreprise sur le marché.
- Réaliser une veille sectorielle, concurrentielle et médiatique afin d'anticiper les évolutions et les besoins des clients à l'aide d'outils adaptés.
- Définir des objectifs commerciaux en corrélation avec les axes stratégiques de l'entreprise afin qu'elle se développe sur son marché grâce à :- l'analyse et la compréhension du parcours d'achat des clients actuels.- La politique tarifaire selon la stratégie de positionnement.
- Identifier les ressources utilisées (financières, humaines, matérielles, immatérielles) pour optimiser la rentabilité, le risque et l'équilibre financier de l'entreprise en s'appuyant de données financières.

BC 2 : Déploiement de la stratégie commerciale de l'entreprise

- Identifier les cibles commerciales afin de personnaliser l'approche commerciale grâce à des outils adaptés et une préparation sur mesure.
- Analyser et comprendre la structure de son portefeuille clients en vue d'identifier des pistes de développement grâce à la construction d'une matrice commerciale.
- Élaborer un plan d'actions commerciales afin de déployer la stratégie de l'entreprise sur le terrain en déclinant les objectifs stratégiques et opérationnels.
- Construire des outils commerciaux et des supports de communication en vue de mener les actions commerciales terrain en se rapprochant du service marketing et du service communication.
- Communiquer le plan d'actions commerciales, sa progression et les résultats auprès des services supports afin de rendre l'information homogène dans l'entreprise.
- Communiquer les informations clients auprès des parties prenantes pour élaborer le contrat client avec des outils digitaux.
- Analyser les composantes d'un contrat de vente et relever les écueils afin de respecter la législation en appliquant le droit des contrats.
- Planifier des actions commerciales et événementielles pour déployer la stratégie commerciale en mesurant la rentabilité et le risque de chaque action.

BC3 : Gestion d'un portefeuille clients et développement commercial

- Maîtriser les canaux de prospection traditionnels en vue de développer le portefeuille clients en maîtrisant une approche client et une écoute active.
- Interagir avec ses prospects afin de faire évoluer le cycle de vente en utilisant différents canaux de communication.
- Maîtriser les canaux de prospection digitale en vue de développer le portefeuille clients en maîtrisant de nouveaux outils digitaux et une nouvelle approche commerciale.
- Engager des actions de social selling afin de générer de la visibilité, de l'engagement et de la confiance en utilisant les réseaux sociaux professionnels.
- Gérer les prescripteurs et apporteurs d'affaires rentables pour faciliter la prospection en créant une méthodologie adaptée autour de ce canal d'acquisition.
- Élaborer une stratégie de « mapping » afin de comprendre son interlocuteur et identifier les décideurs en utilisant des matrices.
- Mener une négociation commerciale complexe dans un cadre Business to Business ou Grands Comptes en vue de développer les ventes et la marge commerciale de l'entreprise grâce à des techniques de négociation commerciale.
- Identifier les règles de négociation à l'international afin de s'adapter à sa cible en préparant une négociation adaptée à la culture du client étranger.
- Répondre à un appel d'offres pour contractualiser avec un client public en respectant les différentes contraintes et étapes communiquées.

BC4 : Pilotage de la performance commerciale

- Sélectionner les indicateurs de performance les plus adéquats en vue de mesurer la performance du service commercial en dupliquant les axes stratégiques de l'entreprise.
- Piloter le développement commercial afin de s'assurer de l'atteinte des objectifs grâce à des indicateurs de performance commerciale et des reportings hebdomadaires ou mensuels pour la direction commerciale.
- Analyser la stratégie commerciale au contact du terrain en vue de l'optimiser grâce à l'élaboration de tests d'échantillonnage sur la cible étudiée.
- Mesurer les écarts obtenus entre l'objectif prévisionnel et les résultats réels du tableau de bord de gestion commerciale en vue de positionner des actions correctives grâce à l'analyse des indicateurs.
- Organiser l'activité commerciale quotidienne pour assurer l'atteinte des objectifs commerciaux en définissant un processus de gestion.
- Analyser les résultats commerciaux de l'entreprise en vue de les transmettre à la direction générale au moyen de reportings réguliers.
- Intégrer la gestion de l'information client dans le processus de gestion du client pour améliorer la connaissance client grâce à la mise à jour du Customer Relationship Manager de l'entreprise.
- Planifier des actions de fidélisation des clients pour soutenir l'atteinte des objectifs commerciaux en appliquant un suivi rigoureux de satisfaction et de fidélisation.

BC5 : Management et gestion des relations professionnelles avec l'écosystème

- Organiser le fonctionnement d'une équipe commerciale au quotidien en vue d'améliorer le processus commercial de l'entreprise en définissant un cadre managérial et en accompagnant les équipes en lien avec les clients.
- Améliorer continuellement l'ensemble des processus clients avec les équipes projets afin d'optimiser les délais d'exécution de la prestation vendue en utilisant des outils d'amélioration de processus.
- Communiquer les informations et retours clients avec l'ensemble des parties prenantes sur les projets clients pour améliorer l'expérience du client en mettant en place des outils de communication.
- Délivrer des messages clés en affirmant sa posture de business partner auprès de sa hiérarchie sur la vision stratégique et les missions de l'organisation afin d'améliorer la performance commerciale de l'entreprise.
- Renforcer son rôle transversal avec les directions et services concernés (marketing, communication...) pour fluidifier une synergie managériale et une déclinaison des actions de commerciales
- Développer son adaptabilité à des environnements multiculturels et son ouverture d'esprit pour comprendre ses différents interlocuteurs commerciaux à l'oral et à l'écrit.
- Réaliser des actions de communication commerciale internes ou externes en français et en anglais à l'attention de divers collaborateurs internes et partenaires externes en s'adaptant à ses différents interlocuteurs.

Lien pour la fiche répertoire national des certifications professionnelles (RNCP 34627) : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34627/>
(<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34627/>)

MODALITÉS D'EXAMEN

A l'issue d'un parcours de formation correspondant à la certification visée, le candidat est évalué par un jury composé de professionnels, sur la base des éléments suivants

- Etudes de cas
- Rapports d'activité professionnelle
- Mémoire Professionnel

EMPLOIS VISÉS PAR LE MASTER MANAGER DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

- Manager du développement commercial
- Développeur commercial grands comptes
- Développeur commercial BtoB
- Commercial grands comptes
- Responsable grands comptes
- Responsable du développement commercial
- Ingénieur d'affaires
- Ingénieur technico-commercial
- Ingénieur commercial
- Ingénieur des ventes
- Business développer
- Manager commercial grands comptes (Key Account Manager)

Accessible aux personnes en situation de handicap

[Accompagnement renforcé mis en place. \(https://www.irfasud.fr/myjob/un-accompagnement-renforce-pour-nos-publics-en-situation-de-handicap/\)](https://www.irfasud.fr/myjob/un-accompagnement-renforce-pour-nos-publics-en-situation-de-handicap/)

Maj 19/06/2024