

PROGRAMME DE FORMATION
MANAGER COMMERCIAL ET MARKETING
Titre certifié par l'État de niveau 7 (JO du 04/01/02021) en partenariat avec Educsup

APTITUDE ET OBJET DE LA FORMATION

Le manager commercial et marketing définit, anime et supervise une stratégie commerciale en vue d'accroître les ventes de l'entreprise et d'augmenter le chiffre d'affaires. Il travaille dans des entreprises en B to B ou B to C qui ont vocation à vendre des produits ou des services. Son action s'articule autour de 4 compétences.

Le manager commercial élabore la stratégie commerciale en collaboration avec la Direction générale. Il pilote la réalisation des études de marché. Il analyse les besoins des clients, sélectionne les marchés cibles potentiels. Il décide le plan marketing (plan de communication inclus) à la fois traditionnel et digital.

L'objectif est de Former des manager de projet généralistes avec une intelligence globale des stratégies d'entreprise, capables de mettre en place des dispositifs de recrutement, de fidélisation efficaces et contrôlés en faveur de la croissance du CA ou des marges.

PUBLIC CONCERNÉ

Tous Salariés, tous demandeurs d'emploi, ou toutes personnes désireuses de s'orienter vers les métiers de la vente et du commerce.

ADMISSION/PRÉ-REQUIS

Diplôme, Titre, ou certificat de niveau 6

Equivalence ou passerelle possible en cas d'UE déjà obtenus. Pour en savoir plus <https://diplomeo.com/actualite-credits-ects-european-credits-transfer-system>

COMPETENCES ET PROFIL

Réalisation d'une étude de marché

Réalisation d'un plan marketing

Élaboration du plan d'action commercial par produits/services/marchés

Pilotage des opérations commerciales

Management d'un projet entrepreneurial

Mise en place et suivi des outils de reporting

Contrôle et mesure des résultats commerciaux

DURÉE DE L'ACTION

De 24 mois (1101,25 heures)

DELAI D'ACCES

1 Semaine

LIEU DE L'ACTION

Dans notre centre de formation Marseille

NOMBRE DE STAGIAIRE

De 2 à 18 personnes

TARIFS

La formation est entièrement prise en charge par les OPCO des entreprises partenaires.

INTERVENANTS

Formateur spécialisé dans chaque domaine d'enseignement définit dans le contenu. Les formateurs sont diplômés à minima avec un titre de niveau VII et/ou un diplôme de formateur/trice de niveau V minimum avec une maîtrise technique et une expérience professionnelle en adéquation avec l'activité de l'apprenant.

Triphase Formations au capital de 5000€ dont le siège est situé au 155 Avenue du Prado 13008 Marseille N° Siret de l'organisme de formation : 527 529 143 00036 Enregistrée sous le numéro de



ADAPTATION AU PUBLIC

Toutes personnes désireuses de s'inscrire à la formation sera préalablement reçu en entretiens individuels et soumis à un test de positionnement.

A l'issue de ce processus d'admission, et en fonction des résultats un parcours personnalisé ou une préconisation pourra être proposé.

METHODES MOBILISEES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Supports documentaires varies	Ouvrage
Bibliothèque thématique	Logiciel professionnel
Supports audio et vidéo	Intranet de ressources pédagogiques
Plateforme numérique en cas de besoins	Support de cours
Ordinateur individuel	Ressources documentaires
Plateformes pédagogiques et numériques	

Cours magistral, travaux pratique, Cours de soutiens individualiser, Jeux de rôle, mises en situations, exercices pratique, test d'évaluation, mise en situation d'examen, sorti pédagogique, reconstitution de situation d'entreprise, débat et échange participatif. Certains enseignements s'effectuent en temps réel et/ou par visioconférence (synchrone, asynchrone et blended learning).

ENCADREMENT PEDAGOGIQUE

L'ensemble du cursus est encadré par :

Le responsable pédagogique chargé du suivi pédagogique et des acquis

Un conseiller principal d'éducation en charge de l'accueil et du suivi de la vie scolaire.

Un responsable intégration professionnel en charge du suivi entreprise et des apprentissages en entreprise.

Un membre de la direction en charge du suivi global des parcours.

SUPPORTS REMIS STAGIAIRES

Livres, livret, cours sur papier ou clé USB, intranet.

MODALITE D'EVALUATION ET SUIVI PEDAGOGIQUE

I) Evaluations pédagogiques

Bilan de positionnement initial

Evaluation continue en cours de formation

Evaluation continue par mise en situation.

Epreuves blanche en milieu et fin de formation.

Examen final éducation national

II) Suivi pédagogique

Suivi de progressions pédagogiques et objectives en continu.

Individualisation des parcours en fonction des progressions de l'apprenant

III) Evaluation de la satisfaction

Evaluation final à l'issue de la l'action de la formation, évaluation et suivi de la satisfaction en continue (Point qualité, conseil de classe, entretien individuel...)

VALIDATION / SANCTION PEDAGOGIQUE

Attestation de formation

Certification de niveau 7

UE1 : ELABORATION DE LA STRATEGIE COMMERCIALE ET MARKETING (405 heures)

Objectif : Organiser une veille technologique, commerciale, concurrentielle en collectant des données marketing fiables et pertinentes (réseau, clientèle, partenaires...). Fixer les objectifs du champ de l'étude de marché, (données qualitatives et quantitatives). Identifier les marchés cibles potentiels France ou International en analysant l'évolution de l'offre et de la demande. Diagnostiquer les forces et les faiblesses internes et externes de l'entreprise face à chaque marché cible et ses concurrents.

Préconiser une stratégie commerciale, France ou international, en intégrant l'environnement de l'entreprise et en hiérarchisant les opportunités de développement. Décliner la stratégie commerciale en plan marketing détaillé (cible clients, cible géographique, canaux de distribution privilégiés, moyens, stratégie produits/services associés, positionnement marketing, stratégie digitale).

Contenu : Politique & Stratégie d'Entreprise (PSE), Stratégie Marketing, Stratégie de transformation digitale en entreprise, Marketing par secteur (Spécialisation Digital), Etude de marché, Data Marketing

UE2 : MISE EN OEUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE (276,25 heures)

Objectifs : Etablir le budget des actions commerciales, de promotion et de communication en s'appuyant sur les objectifs commerciaux et la politique de prix. Définir et mettre en oeuvre les actions commerciales pour chacun des canaux de distribution : digitaux (sites internet, réseaux sociaux...) et traditionnels (appels d'offres, réseaux et apporteurs d'affaires, salons...)

Organiser le plan de prospection commerciale adéquate (terrain, téléphonique, emailing, webmarketing, salons, information issue des veilles...) Négocier avec les partenaires et réseaux commerciaux (agents, distributeurs, franchisés, licenciés, sous-traitants, fournisseurs...) et finaliser le contrat avec le service juridique. Encadrer la recherche et la gestion d'appels d'offre France ou internationaux. Gérer et négocier les grands comptes dans un environnement complexe et interculturel.

Contenu : Plan d'Actions Commerciales (PAC) France & international, Techniques et prospection commerciales, Gestion de la Relation Client, Communication d'entreprise et gestion de marque, Communication digitale, Anglais, Savoir communiquer avec les outils digitaux

UE3 : MANAGEMENT D'UNE EQUIPE ET D'UN RESEAU COMMERCIAL (206,5 heures)

Objectifs : Gérer les ressources humaines (recrutement, évaluation, formation, gestion du stress) en intégrant le contexte interculturel, la politique RSE, éco responsable, non discriminante (égalité femmes/hommes, handicap, diversité...) et les risques psychosociaux. Animer, motiver les équipes et créer du leadership pour réaliser les objectifs commerciaux fixés. Développer et animer un réseau commercial (distributeurs, revendeurs, agents commerciaux, franchisés, filiales, y compris international...) pour les faire adhérer à la politique commerciale.

Définir un projet entrepreneurial sous tous ses aspects humain, marketing, juridique, financier et budgétaire. Elaborer un Business plan en s'appuyant sur les prévisions des ventes, les investissements, la rentabilité du projet, la planification financière. Sélectionner les bons tableaux de bord pour mettre en place des procédures de contrôle de l'activité.

Contenu : Management d'une équipe et d'un réseau commercial, Management et Communication Interculturels, Management d'entreprise, Management de Projet Entrepreneurial, Manager un projet digital (Spécialisation digital), Management RSE, des Risques et de la Qualité

UE4 : MESURE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE (168,5 heures)

Objectifs : Synthétiser les résultats commerciaux en s'appuyant sur des outils de pilotage de l'activité commerciale traditionnelle et digitale. Maîtriser les outils de suivi de la relation client, de CRM et d'outils de reporting, y compris de marketing digital. Créer des outils d'indicateurs de satisfaction clients. Concevoir des indicateurs pour piloter l'action commerciale. Analyser les écarts et proposer des axes d'amélioration.

Calculer les marges commerciales et la rentabilité financière de son activité, en intégrant toute la chaîne de transport,



logistique, taxes douanières le cas échéant. Evaluer les risques de l'activité commerciale (risque client, règlementaire, financier, logistique, juridique, risque à l'international...).

Contenu : Finance d'entreprise, Financer un projet digital, Achat et Appel d'Offres, Transport & Logistique, Droit des Affaires, Spécialisation Professionnelles Matières Supports

UE 5 : PROJET PROFESSIONNEL (45h)

Objectif : Mettre en pratique le maximum des compétences acquises sur l'ensemble des 2 ans de formation, au travers d'un projet commercial – marketing, déployé en entreprise.

Contenu : Projet professionnel

ACCESSIBILITE

Toutes personnes en situation de handicap doit s'adresser à la référente handicap de l'établissement