Ref. formation 202403233809

Cycle Mastère Manager du Développement Commercial

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

TALIS BAYONNE
Sébastien BOURELY
05.64.10.09.13
bayonne@talis-bs.com

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Dossier
Tests
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Niveau 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

Conditions d'accès :

Titulaire d'une L3 ou Titre de Niveau (EU) 6 et 180 ECTS ou expérience professionnelle significative / VAPP Durée de la formation : 2 ans Titulaire d'un M1 ou Titre de Niveau (EU) 6 et 240 ECTS ou expérience professionnelle significative / VAPP Durée de la formation : 1 an

Prérequis pédagogiques :

Non renseigné

Contrat de professionnalisation possible ?

Oui

Objectif de la formation

Le manager du développement commercial (MDC) conçoit et déploie la stratégie commerciale de l'entreprise afin 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 s'appuie en cela sur les effets attendus de la politique marketing, s'agissant notamment de la notoriété des marques et de l'adaptation des gammes de produits aux attentes des clients et des consommateurs. Que l'offre de biens ou de services soit à visée de masse, ciblée ou spécifique, il analyse et optimise la qualité de la relation et des services dédiés à la clientèle pour en faire un facteur décisif de création de valeur. Supervisant et amendant les étapes du parcours client en lien avec la fonction marketing, il veille à la cohérence de la stratégie commerciale avec la politique générale de l'entreprise, ses orientations et les données résultant de la veille et des études de terrain. 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. Depuis la révolution numérique, la stratégie commerciale est nécessairement omnicanale, prend en compte les comportements d'achat hybrides des consommateurs, intègre les usages et les outils digitaux, y compris les médias sociaux et l'exploitation des données, dans le respect de la protection des données personnelles. De fait, les activités exercées aujourd'hui par les certifiés dans les 6 mois suivant leur insertion comme à plus long terme sont toutes impactées par la digitalisation et l'omnicanalité, spécifiquement en ce qui concerne le déploiement du volet de la stratégie visant le développement de la clientèle et des ventes. La certification MDC accompagne l'augmentation en cours et à venir des offres d'emplois de cadres de la fonction commerciale, augmentation liée à la fois au renouvellement générationnel et à la création nette de postes liée au développement économique, aux stratégies de croissance des entreprises et aux nouveaux besoins de compétences générés par la digitalisation de la fonction.

…

Contenu et modalités d'organisation

ANALYSER LA STRATÉGIE ET ASSURER LA VEILLE CONCURRENTIELLE - M1 Commanditer et exploiter les études marketing Déterminer le positionnement marketing Analyser l'actualité & construire sa veille documentaire Établir un diagnostic stratégique Maîtriser les fondamentaux du droit des sociétés Modéliser le parcours client BLOC TRANSVERSAL - M1 Créer un site web niveau I Anglais Bureautique Se familiariser avec les logiciels de PAO Manager un projet Master classes & Business game ASSURER LE PILOTAGE BUDGÉTAIRE, FINANCIER ET ADMINISTRATIF D'UNE ENTITÉ - M1 Maîtriser les fondamentaux du droit commercial 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 DÉPLOYER DES PLANS D'ACTION - M1 Adapter et déployer un plan d'action marketing et communication Soutenir la décision grâce aux indicateurs et au reporting Élaborer une stratégie achats DÉVELOPPER SON RÉSEAU DE PARTENAIRES - M1 Développer ses affaires avec ses clients et partenaires Développer ses compétences de négociation ENCADRER SON ÉQUIPE - M1 Gérer les RH au quotidien Pratiquer les fondamentaux du management à distance et en présentiel ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE - M2 Définir et piloter un système de veille sectorielle, concurrentielle et médiatique Analyser, identifier et exploiter les données du marché pour dégager les opportunités de développement Définir et développer son positionnement commercial global Concevoir la stratégie commerciale en lien avec le système de valeurs CONCEVOIR UN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES - M2 Identifier les segments stratégiques de l'entreprise et du business plan Décliner la stratégie globale en plan d'actions commerciales omnicanales Piloter un outil de gestion de la relation clients Créer un système de suivi du plan d'actions PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE OMNICANALE - M2 Mesurer la performance commerciale de la stratégie (système d'objectifs, états financiers, kpi's commerciaux, reporting…) Qualification de la base de données en prenant en compte le parcours

…

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Mixte**

Validation(s) Visée(s)

Manager du développement commercial - ***Niveau 7 : Master, diplôme d'études approfondies, diplôme d'études supérieures spécialisées, diplôme d'ingénieur (Niveau 7 européen)***

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00461661	du 03/10/2024 au 09/09/2026	Bayonne (64)	TALIS BAYONNE		Non éligible	Contrat pro
00458420	du 03/10/2024 au 09/09/2026	Bayonne (64)	TALIS BAYONNE		Non éligible	Contrat app
00489143	du 03/10/2024 au 09/09/2026	Bayonne (64)	TALIS BAYONNE		MON COMPTE FORMATION	FPC