

TITRE DE NIV.7 – BAC+5

Manager en Ingénierie d'Affaires - PARCOURS Manager de la Performance Marketing et Commerciale

Cursus en 2 ans



Dans un environnement « B to B » ou « B to B to C », les entreprises recherchent des professionnels qui ont une vision globale de leur activité et qui sont force de proposition pour améliorer leur performance marketing et commerciale. Acquérir de nouveaux clients, fidéliser un portefeuille et développer de nouvelles opportunités en misant sur une stratégie marketing et commerciale performante, sur une meilleure adéquation des besoins et sur l'innovation produits / services sont des axes déterminants. Dans cette formation, la performance marketing et commerciale est au cœur des problématiques étudiées.

Les métiers visés

À la suite de l'obtention du titre vous pourrez travailler comme :

Manager de projets commerciaux Responsable de la performance commerciale Responsable Grands Comptes Analyse comptes clés Manager marketing opérationnel Business Insights manager, Manager de la relation client Ingénieur commercial Business développeur

SECTEURS D'ACTIVITES

Les diplômés évoluent dans les secteurs de production et de services, en B to B ou en B to B to C



RYTHME D'ALTERNANCE

2 semaines en entreprise ;
1 semaine en formation



GROUPE

De 5 à 12 personnes



DURÉE

2 ans après un Bac+3
Mois d'entrée :
Selon planning



LIEU

Sup'Alternance Provence
55 avenue du 1^{er} Mai
04100 Manosque

PREREQUIS

Pour intégrer le dispositif de formation sur 3 ans : être titulaire d'un diplôme Bac+2 ou d'un titre de niveau 5.

Pour intégrer le dispositif de formation sur 2 ans : être titulaire d'un diplôme Bac+3 ou d'un titre de niveau 6.

Pour intégrer le dispositif de formation sur 1 an : Être titulaire d'un Bac+4/5 ou d'un titre de niveau 6.

PREREQUIS RELATIONNEL

Curiosité, écoute active, esprit d'équipe, rigueur, méthode et persévérance, aptitude à la communication orale et écrite, capacité à convaincre, capacité à prendre en compte l'environnement digital

PUBLIC VISÉ

Personnes éligibles aux contrats d'apprentissage :

- Contrat d'apprentissage (max 29 ans ou RQTH, autres cas selon réglementation)
- Contrat de Professionnalisation (inscrits Pole Emploi)
- Salariés en Pro-A
- Personnes en reconversion (nous consulter)

DÉLAIS D'ACCÈS

- A partir de 90 jours avant le début de formation
- Entrée possible de septembre à décembre.
- Nous consulter pour les prochaines dates de session.

MODALITÉ D'ACCÈS

Etude du dossier
Entretien de motivation
Epreuve rédactionnelle
Candidature en ligne

TARIFS

Formation gratuite en apprentissage avec rémunération de l'apprenant en contrat d'apprentissage ou en contrat de professionnalisation

Prise en charge possible suivant les modalités d'accès à la formation et le profil de l'apprenant/ apprenante

Une prise en charge partielle des frais annexes de type repas, nuitée, premier équipement peut être sollicitée auprès de l'OPCO dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ;
Nous consulter.

MODALITÉS PEDAGOGIQUES

Synchrone : Cette synchronicité de l'apprentissage facilite l'interactivité, les participants à la formation peuvent directement poser leurs questions au formateur ou échanger avec les autres apprenants.

Présentiel

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES

Une méthode pédagogique qui s'adapte au contexte, au public. Elle se nourrit de pratiques existantes, mais elle est également unique. La méthode active est déployée en s'appuyant sur des actions à réaliser pour en tirer une expérience, un apprentissage.

Cas d'entreprise

Oraux de présentation à une organisation cliente

Digital learning

Participation à des événements

MOYENS PEDAGOGIQUES

Rythme alterné en centre de formation et entreprise ;

- Positionnement et restitution au Maître d'Apprentissage ;
- Rencontre Maître d'Apprentissage/Formateur référent/Représentant légal ;
- Livret de suivi en entreprise et d'alternance;
- Visite en entreprise
- Séances de tutorat/accompagnement individualisé
- Réunions pédagogiques ;
- Formation en présentiel;
- Équipe pédagogique pluridisciplinaire disposant de nombreuses années d'expériences dans le métier et dans la formation professionnelle ;
- Formation appliquée par une pédagogie active, capitalisation sur les périodes en entreprise et complément en centre de formation, pédagogie par objectif ;
- Travaux de groupes, exposés, mises en situations, vidéo, visites d'entreprises.

OUTILS PEDAGOGIQUES

Tableau blanc, vidéoprojecteur, salle de classe, vidéos, tableau interactif.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

À l'issue de cette formation, l'apprenant sera en capacité de :

- Gérer efficacement l'activité d'une unité de loisirs, d'hébergement ou de restauration
- Développer et entretenir des relations clients de qualité ; diriger et motiver une équipe
- Mettre en œuvre des stratégies de promotion et de communication efficaces
- Analyser les données financières et opérationnelles
- Appliquer les normes de qualité, d'hygiène et de
- Réagir de manière proactive aux défis du marché
- Favoriser un environnement de travail inclusif et respectueux.

CONTENU DE LA FORMATION

Manager l'information et les réseaux stratégiques :

Conduite d'une démarche d'intelligence économique et stratégique

Enjeux stratégiques : leviers d'innovation, RSE, transformation digitale et expérience client, communication d'influence (lobbying, réputation), marketing stratégique, sécurité et protection de l'information

Stratégie de marketing efficace : analyse des composantes d'une stratégie marketing, insights marché, positionnement de l'offre de produits / services, développement du capital marque, marketing de l'offre

Analyse de la performance marketing : efficacité des actions, les data au service de la performance, tableaux de bord marketing

Diagnostic de l'entreprise et de son marché

Constitution et animation des réseaux porteurs de développement commercial et de partenariats

Analyse des caractéristiques sectorielles, création et animation de réseaux pour générer des partenariats et des gisements de valeurs

Elaborer une stratégie de développement marketing et commercial :

Conception d'un plan stratégique de détection et de développement des projets commerciaux

Stratégies d'entreprise

Stratégie marketing omnicanale centrée sur l'expérience client

Spécificités du marketing des services

Fondamentaux du Marketing digital

Plan stratégique de développement commercial

CRM et optimisation de la relation client

Marchés publics Conquête et fidélisation des grands comptes

Développement d'une nouvelle activité

Elaboration du business model, conduite d'étude de marché, création et animation d'un réseau de distributeurs et de partenaires commerciaux

Qualification des besoins et élaboration d'une offre commerciale complexe

Elaboration d'une offre commerciale complexe

Analyse des besoins, risques client, élaboration de l'offre commerciale, rentabilité d'un projet commercial

Négociation et contractualisation d'un projet commercial complexe

Négociation

Développer l'intelligence émotionnelle

Contractualisation d'un projet commercial

Piloter la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de la stratégie commerciale :

Suivre et évaluer des projets commerciaux

Pilotage de projets commerciaux

Analyse du parcours client et satisfaction client

Analyse de la performance organisationnelle et financière de l'activité commerciale

Manager les équipes internes et contributeurs externes en environnement multiculturel

Accompagner le développement des compétences et performances de l'équipe et les transformations (digitale,

organisationnelle...), manager une équipe dans différents contextes (multiculturel, diversité)

Optimiser son potentiel professionnel par le jeu théâtral et la gestion du stress Business English communication skills
Développer l'innovation et la créativité par le design thinking

MODALITÉ D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Epreuves formatives et certificatives permettant de valider les blocs de compétences.

Evaluation des périodes d'application en entreprise

Pour les candidats issus de la formation les productions évaluées sont les suivantes :

- Un dossier diagnostique de l'entreprise et de son marché,
- Un plan de réseautage business,
- Un plan de développement stratégique,
- Un plan de développement grand compte,
- Un plan de développement d'une nouvelle activité,
- La présentation et l'argumentation d'une proposition d'affaire devant un comité de professionnels,
- La définition d'une stratégie de négociation et sa mise en œuvre,
- Un dossier de gouvernance d'une affaire,
- L'analyse d'une expérience managériale.

Les productions sont réalisées soit à partir d'études de cas, soit à partir de mises en situation professionnelles.

Soutenance orale devant un jury de professionnels

EXEMPLES DE TRAVAUX CONFIES EN ENTREPRISE PENDANT L'APPRENTISSAGE

Les missions se dérouleront dans un environnement « B to B » ou « B to B to C »

Mesurer et analyser la performance du plan d'action marketing et commercial

Développer les ventes B to B d'un secteur

Conduire des actions de fidélisation pour développer le portefeuille client

Mettre en place un parcours Expérience client et l'optimiser

Animer un réseau de partenaires commerciaux

Analyser la faisabilité de nouveaux projets commerciaux

Construire une nouvelle offre commerciale

Créer des outils marketing et commerciaux

Améliorer le processus et les outils de relation client

PASSERELLES

Pas de diplôme passerelle.

ÉQUIVALENCES

Aucune.

VALIDATION PAR BLOCS

Le référentiel de la certification Manager en ingénierie d'affaires est composé de 4 blocs de compétences :

- Management de l'information et des réseaux stratégiques en vue de la détection d'opportunités et du développement d'affaires complexes à haute valeur ajoutée.
 - Elaboration d'une stratégie de développement d'affaires complexes à haute valeur ajoutée.
 - Qualification, conception et négociation d'affaires complexes à haute valeur ajoutée.
 - Pilotage de la mise en œuvre, du suivi et de l'évaluation de projets d'affaires complexes à haute valeur ajoutée.
- Prise en compte d'une pratique professionnelle pour les candidats issus de la formation initiale.

La certification peut être obtenue :

- par blocs séparés,
- dans son intégralité.

POURSUITE D'ÉTUDES

Après cette formation, vous serez directement opérationnel pour exercer le métier pour lequel vous avez été formé.

INTERVENANTS

L'école intègre une équipe pédagogique issue du monde professionnel qui fait le lien indispensable entre les exigences des entreprises et les méthodes et objectifs pédagogiques imposés par cette formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Notre structure s'est engagée dans la mise en œuvre d'une politique d'accueil et d'inclusion des personnes en situation de handicap en formation.

Vous êtes en situation de handicap merci de contacter notre référent handicap : referenthandicap@digne.cci.fr

MIXITÉ

Toutes nos formations sont accessibles à tous et toutes, sans discrimination de sexe ou d'origine.

LIEU DE FORMATION



Sup'Alternance Provence

55 Av. du 1er Mai
04100 Manosque

Google Map : <https://g.page/sup-alternance-provence>

LIBELLÉ EXACTE DE LA CERTIFICATION

Manager en ingénierie d'affaires Certification professionnelle enregistrée au Répertoire National des Certifications Professionnelles au niveau 7 (Bac+5)
Programme MPMC Manager de la performance marketing et commerciale

CODE RNCP

Titre RNCP 35164

NOM DU CERTIFICATEUR

ECOLE SUPERIEURE DE VENTE ET DE MANAGEMENT - CCI
PARIS ILE-DE-FRANCE EDUCATION

DATE D'ENREGISTREMENT DE LA CERTIFICATION

16-12-2020

INDICATEURS DE RESULTATS DE CETTE FORMATION

Nouvelle formation

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35164>

PERSONNE À CONTACTER

Cyrille DAVENET - Chargé des relations entreprises

c.davenet@digne.cci.fr

06 89 34 76 52

