

RESPONSABLE DU DEVELOPPEMENT ET DU PILOTAGE COMMERCIAL



POURQUOI ?

Contexte : La formation est construite sur un modèle alternant présence en centre de formation et présence en entreprise. Faire le choix de l'alternance permet de combiner enseignement de bon niveau, expérience professionnelle et rémunération.

Vous êtes déjà un véritable collaborateur !

Compétences visées : Le titre de «Responsable du développement et du pilotage commercial» est une formation permettant d'acquérir :

- **Domaine commercial :** maîtrise des techniques de vente, de négociation, de communication interpersonnelle permettant de fixer et atteindre les objectifs commerciaux, d'élaborer et mettre en œuvre un plan d'action commercial.
- **Domaine marketing :** connaissance des techniques d'étude de marchés, de veille concurrentielle, de communication média et hors média permettant de proposer un plan d'action marketing
- **Domaine de gestion :** connaissance des techniques comptables et financières permettant de préparer et présenter un budget prévisionnel, analyser les résultats quantitatifs (chiffre d'affaires, marge...) de l'activité, analyser les écarts entre les prévisions ou objectifs et les résultats.
- **Domaine management et animation d'équipe :** maîtrise des techniques d'animation et d'encadrement d'une équipe.
- **Domaine transversal :** maîtrise des outils bureautiques et informatiques d'entreprise permettant également de travailler au quotidien en anglais et dans une autre langue.

Vous choisirez cette formation pour :

- Apprendre au contact de formateurs pédagogues et expérimentés
- Acquérir des compétences professionnelles
- Préparer un titre reconnu par l'État et les entreprises (titre RNCP niveau II)

Évaluation de la formation et épreuves finales :

- Les cours sont répertoriés dans des Unités d'Enseignement. Chaque UE est composée de plusieurs matières.
- En fin de formation, le stagiaire remet un rapport final d'activités pour évaluer ses compétences et capacités exigées par la certification.
- A l'issue de la formation, le partenaire organise les sessions de soutenance du grand oral.

Conditions de validation :

- Le candidat doit obtenir une moyenne de 10/20 minimum à chaque UE pour valider son titre.
- Les UE ne se compensent pas entre elles
- Les matières se compensent entre elles
- Si la note de l'UE est supérieure ou égale à 10/20, l'UE est validée
- La note du Grand Oral doit être supérieure ou égale à 10/20
- **La note d'étude de cas finale doit être supérieure ou égale à 10/20**

Prépare au Pilotage de l'activité commerciale

- **Pôle Réalisation de la vente - négociation**
- **Pôle Management des commerciaux**
- **Pôle Analyse de marché et pilotage commercial**

POUR QUI ?

Prérequis : Bac + 2 ou titre III RNCP

Qualités attendues : Esprit d'analyse et de synthèse, sens des responsabilités, méthode, aptitude à la relation humaine et à la communication, autonomie dans le travail personnel.

Procédure d'admission :

L'admission se fait en 3 temps :

- Un dossier de candidature à remplir
- Un test et un entretien de motivation à l'issue desquels sera validée votre candidature
- L'admission est validée à la signature du contrat avec votre entreprise d'accueil.

COMMENT ?

Durée cursus : de septembre à début juillet, soit 450 heures de formation.

Rythme : 1 semaine école / 1 semaine entreprise

En partenariat avec



Contact Alternance Tél. 04 83 36 25 24 boffa.cy@lmf83.fr

Lycée privé sous contrat d'association avec l'Etat

Enseignement Catholique du Var

Campus Marie France - 20, rue Danton - 83000 Toulon

Tél. 04 94 41 63 01 - secretariat@lmf83.fr - www.lyceemariefrance.fr

PROGRAMME

UNITES D'ENSEIGNEMENT

- ⇒ **UE1 : MANAGEMENT**
 - Management d'une équipe
 - Management d'un service
 - Philosophie de l'économie et des affaires
- ⇒ **UE2 : GESTION ET OUTILS QUANTITATIFS**
 - Gestion et budget d'une service
 - Contrôle de gestion des activités commerciales et marketing
 - Informatique de gestion : ERP / BDD commerciales...
 - Outils bureautiques avancés
- ⇒ **UE3 : MARKETING-COMMUNICATION**
 - Marketing opérationnel
 - Marketing stratégique
 - Communication
 - Stratégie de communication
 - Parcours : Négociation - Vente
 - Parcours : Marketing international
 - Parcours : Marketing - Communication
- ⇒ **UE4 : DEVELOPPEMENT COMMERCIAL**
 - Cadre juridique du commerce et du e-commerce
 - Pilotage de la performance commerciale
 - Plan d'actions commerciales
 - Négociation grands comptes
- ⇒ **UE5 : RESSOURCES HUMAINES**
 - Fondamentaux de la GRH
 - Droit social et du travail
 - Gestion des conflits
- ⇒ **UE6 : DEVELOPPEMENT PROFESSIONNEL**
 - LV1 Anglais spécifique
 - Projet professionnel : création d'entreprise
 - Outils d'insertion professionnelle

COMPETENCES ACQUISES

BLOC ACTIVITE 1 :

Analyser les données commerciales – marketing et participer à la stratégie commerciale.

Il analyse régulièrement les données de l'activité commerciale (résultats, activité...) et des données issues d'études de marché. Il doit appréhender les tendances concernant les prospects et clients soit pour identifier les besoins des premiers, soit pour fidéliser les seconds.

Il doit aussi, pour avoir des informations toujours actualisées, organiser son propre dispositif de veille concurrentielle indépendamment des études de marchés réalisés par le service marketing ou achetées en externe. Il détecte, remonte toutes informations relatives à son marché, ses cibles et ses concurrents à sa direction. Il participe aux décisions stratégiques et à l'élaboration de la stratégie commerciale (notamment au sein des TPE - PME)

BLOC ACTIVITE 2 :

Développer un portefeuille clients (BtoB, grands comptes)

Il assure la commercialisation du produit/service et la relation client sur son unité-zone notamment les grands comptes. Rodé à la démarche segmentation-ciblage-offre, il fait des propositions adaptées à ses clients, négocie des contrats parfois complexes avec des professionnels.

BLOC ACTIVITE 3 :

Piloter la performance commerciale et déployer des actions commerciales et marketing client

Il/elle participe à la réalisation ou met en œuvre dans leur intégralité des actions marketing (marketing client, communication essentiellement). Il détermine les objectifs et affecte les moyens matériels et humains, planifie et participe à la création de outils nécessaires. De même, il/elle détermine les actions commerciales à mettre en œuvre (plan de prospection, de promotion, fidélisation, ...). Il lui appartient ensuite de suivre mise en œuvre (suivi des réalisations, du budget) et de mettre en place des mesures correctives si nécessaires.