



INSTITUT DES METIERS NETWORK

# OF CFA – IDMN GROUP

## Manager d'Affaires

### Titre professionnel de niveau VII – RNCP36502

*Ministère du travail, du plein emploi et de l'insertion*

#### Contexte :

Au fil de ce parcours sur 2 années, vous serez immergé(e) dans l'acquisition de compétences managériales essentielles, visant à vous armer pour exceller dans des contextes complexes. La gestion stratégique devient un axe central, vous permettant d'appréhender les défis organisationnels avec une perspective globale et novatrice. Nous mettons l'accent sur la prise de décision éclairée, vous fournissant les outils conceptuels et pratiques nécessaires pour analyser des situations variées, anticiper les tendances du marché et formuler des stratégies adaptées.

Le leadership innovant est également au cœur de notre approche, car nous croyons en votre capacité à influencer positivement et à inspirer votre équipe. Notre ambition est de vous offrir une formation enrichissante, ancrée dans la réalité des défis concrets auxquels les professionnels du monde des affaires sont confrontés. Nous vous invitons à rejoindre cette communauté dynamique d'apprentissage, où chaque étape de votre parcours est conçue pour vous guider vers le succès managérial. Préparez-vous à façonner votre avenir professionnel d'une manière qui transcende les frontières traditionnelles et à découvrir une nouvelle dimension de votre potentiel dans le domaine du management. Rejoignez-nous pour ce parcours exceptionnel vers l'excellence et le succès.

#### Objectifs :

- Assurer une veille économique et technique de l'environnement de ses clients sur le marché et préparer une stratégie de prospection d'affaire en vue de détecter les marchés porteurs.
- Construire une solution commerciale adaptée au besoin des clients, adaptée à leurs activités et à leurs marchés.
- Appliquer des techniques de négociation pour conclure les contrats
- Développer son réseau et construire son équipe.
- Mettre en place une organisation de recrutement et manager une équipe.
- Identifier les bons relais managériaux et faire évoluer son équipe par un management efficace.
- Assurer la satisfaction de la clientèle et le suivi du développement commercial.
- Evaluer la situation financière de son centre de profit.
- Utiliser des outils de pilotage de l'activité et proposer des actions correctives.

**Public visé :** La formation est ouverte à toute personne qui vise ou qui assume déjà une responsabilité d'un centre de profit en activant en permanence 4 rôles majeurs : - Un rôle de développeur d'activités commerciales (business développement) - Un rôle de tacticien du développement de la société, contributeur de sa stratégie. -Un rôle de recrutement de collaborateurs. -Un rôle de management et d'animation de collaborateurs. Certains de ces collaborateurs pouvant eux-mêmes être en situation managériale.

#### Prérequis et modalités d'accès :

- Le cursus de 2 ans préparant à la Certification professionnelle « Manager d'Affaires » s'adresse aux apprenants titulaires d'un diplôme de niveau 6 (Bac + 3).
- Sur demande de dérogation, il est néanmoins possible d'inscrire des candidats en 1ère année s'ils justifient :
  - D'un Niveau 6 (Bac + 3) et de 2 années d'expérience professionnelle dans le secteur.

- La 2ème année du cycle préparant à la certification professionnelle « Manager d'Affaires » Niveau 7 est accessible aux apprenants qui justifient :
  - D'un Bac + 4 validé ou équivalent inscrit au RNCP ou bénéficiant d'une procédure de validation des acquis et d'une dispense d'enseignement des blocs de compétences suivants :
    - Bloc de compétences- Analyser et détecter des marchés porteurs.
    - Bloc de compétences - Mettre en œuvre la stratégie commerciale.
- La dispense d'enseignement fait l'objet d'une demande auprès d'une commission présidée par le Certificateur qui étudie le dossier de demande de dispense au regard de la formation antérieure validée et du parcours professionnel. Cette dispense d'enseignement des blocs cités ci-dessus n'ouvre pas droit à une équivalence ; les blocs de compétences concernés feront l'objet d'une évaluation.
- Evaluation de la motivation et des acquis en lien avec la formation visée.

<p><b>Suivi de l'exécution et évaluation des résultats</b></p> <p>Alternance de contenu théorique et de mise en pratique</p> <p>Evaluation en cours de formation (ECF)</p> <p>Dossier professionnel</p> <p>Examen de certification devant un jury final pour l'obtention du Titre Professionnel de Manager d'Affaires de niveau VII du Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion</p> <p>Possibilité de validation par blocs de compétences.</p>	<p><b>Durée et horaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 24 mois en contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation.</li> <li>• 1 jour de formation et 4 jours d'apprentissage en entreprise par semaine</li> </ul>	<p><b>Tarif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7021€ TTC</li> <li>• Tarif selon barème</li> <li>• Pris en charge par l'OPCO de la branche dans le cas d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation</li> </ul>
<p><b>Equipe pédagogique</b></p> <p>Nos formateurs possèdent une expertise et une expérience avérée dans leur domaine.</p>	<p><b>Siège social</b></p> <p>CFA Institut des Métiers Network</p> <p>260 rue du Puech Radier, 34970 Lattes</p> <p><b>Nous contacter : 04.11.93.11.20 / <a href="mailto:pedagogie@i2mc-formations.fr">pedagogie@i2mc-formations.fr</a></b></p>	

## Compétences visées :

***Nous avons la possibilité de vous faire valider un ou des blocs de compétences.***

CCP 1 : Analyser et détecter les marchés porteurs

CCP 2 : Préparer et réaliser la prospection

CCP 3 : Mettre en œuvre la stratégie commerciale

CCP 4 : Recruter et intégrer des talents



# OF CFA – IDMN GROUP

CCP 5 : Mettre en œuvre un management opérationnel

CCP 6 : Pilotage de l'activité d'un centre de profit

## Plan de formation (910 heures au total)

### Module 1 : Analyser et détecter les marchés porteurs

#### I. Veille économique et technique de l'environnement des clients sur leur marché

- Rechercher et collecter des informations sur les secteurs d'activités relatifs aux clients pour définir le cadre de l'analyse.
- Recenser et analyser les facteurs du macroenvironnement (clients, concurrents, intermédiaires, partenaires,) pour mesurer les risques et détecter les opportunités et les marchés porteurs.
- Réaliser un benchmark sur secteur d'activité ou une entreprise pour concevoir une offre traduisant le positionnement de son client et répondant aux besoins du marché.

#### II. Conception d'une stratégie de prospection d'affaires

- Préparer une stratégie de prospection d'affaires en étudiant la cible client pour définir la valeur ajoutée à lui apporter.
- Analyser le marché des entreprises cible et de leurs influences sur le macro-environnement et le micro-environnement, en mobilisant des outils spécifiques d'analyse de marché en ligne.

### Module 2 : Préparer et réaliser la prospection

#### I. Réalisation d'une prospection téléphonique auprès de professionnels B to B

- Préparer sa protection en qualifiant son fichier de prospection et en organisant la session d'appel afin d'augmenter la prise de rendez-vous.
- Préparer son appel en prenant en compte les questions et les objections possibles de la part du prospect en construisant une accroche adaptée au prospect
- Prendre contact avec le prospect afin de décrocher un rendez-vous.

#### II. Mise en œuvre d'une stratégie social selling / prospection par réseaux sociaux auprès de prospects B to B et grands comptes

- Identifier sa stratégie de social seller pour réussir ses objectifs en prenant en compte les moyens mis à disposition et le temps disponible.
- Réaliser sa prospection sur les réseaux sociaux en reflétant le positionnement de son entreprise pour générer la confiance de ses prospects et déclencher le rendez-vous.
- Mesurer sa stratégie de social seller, afin d'en mesurer l'efficacité, en utilisant les outils digitaux d'analyse des réseaux sociaux utilisés.

### Module 3 : Mettre en œuvre la stratégie commerciale

#### I. Réalisation du rendez-vous de découverte avec le prospect grand compte

- Mener l'entretien de découverte en s'appuyant sur son expertise et questionnement personnalisé afin de rechercher et comprendre les enjeux du client.

- Réaliser un rendez-vous avec le prospect à distance en maîtrisant les outils de visioconférence et sa communication pour être impactant et créer la relation avec son interlocuteur.

## II. Construction d'une solution commerciale adaptée au besoin du client B to B

- S'approprier les enjeux stratégiques de l'entreprise
- Préparer, animer et débriefier une réunion de qualification avec le consultant / expert interne pour valider les composantes du projet.
- Qualifier une offre de service en démontrant l'adéquation de l'offre avec les attentes du client et valoriser le retour sur investissement du projet, pour convaincre le client de signer la proposition.
- Conduire un débriefing en s'appuyant sur des éléments très factuels ou le feedback en s'appuyant sur le ressenti pour faire progresser le consultant et valider les composantes du projet adressées au client.
- Préparer et élaborer une proposition commerciale pour aborder la négociation, via les données récoltées lors des rendez-vous précédents.

## III. Négociation à haut niveau et conclusion d'une affaire

- Négocier (présenter et argumenter) les conditions d'intervention de l'affaire pour contractualiser l'offre sans dégrader la solution du client et la rentabilité financière de l'intervention, via un style de négociation, une communication et un choix de tactiques adaptées.
- Conclure la vente en rassurant le prospect par sa communication verbale et non-verbale et par l'utilisation des techniques de closing adaptées.

## IV. Entretien et développement de son portefeuille / réseau client :

- Obtenir des recommandations actives (contacts prospects) en vue de conquérir de nouveaux clients, par sa capacité à être droit au but et par l'utilisation de questions spécifiques.
- Evaluer le retour sur investissement (RSI – ROI) selon les critères objectifs du client pour s'assurer de la bonne réalisation du projet et de la satisfaction du client, via des réunions d'avancement régulier (Lancement, suivi et fin de projet).
- Suivre les prestations tout au long du projet et s'assurer qu'elles sont conformes au contrat et aux attentes du client en le sollicitant pour l'impliquer dans un processus d'amélioration continue par échanges physiques ou en visioconférence réguliers.
- Gérer les insatisfactions clients en obtenant des informations concrètes sur la situation pour faire un diagnostic et permettre de dénouer les conflits.

## Module 4 : Recruter et intégrer des talents

### I. Description de poste et du profil recherché

- Définir le profil du candidat en dressant la liste des activités et les compétences requises (technique et comportementale) pour bien orienter les recherches au moyen de grilles de compétences et fiches de postes.
- Sélectionner le process permettant d'aller rechercher des critères concrets à partir des compétences.

### II. Mise en œuvre d'une sourcing

- Rédiger l'annonce et déterminer le mode de recherche en appréhendant les différentes sources de recrutement permettant une recherche efficace et optimisée, via des outils de sourcing.



INSTITUT DES METIERS NETWORK

# OF CFA – IDMN GROUP

- Créer et mettre en avant la marque employeur, afin de l'utiliser comme outil de marketing RH et de conforter les candidat(e)s à travailler dans l'entreprise.
- Présélectionner les candidatures pour établir une première sélection par le traitement des CV, au moyen d'une grille préétablie.

## III. La sélection du candidat

- Motiver le candidat à rejoindre l'entreprise en mettant en avant l'importance du poste dans l'organisation, la stratégie de l'entreprise et la marque employeur.
- Construire l'entretien de recrutement en utilisant les techniques et outils permettant de cibler l'adéquation entre profil recherché et celui du candidat.
- Concrétiser le recrutement par la signature du contrat en éliminant les doutes et en mesurant la motivation du candidat à intégrer l'entreprise.

## IV. L'intégration d'un nouveau collaborateur au sein de l'équipe

- Réussir l'accueil du nouveau collaborateur en préparant son arrivée au sein de la structure, au moyen du plan d'intégration de l'entreprise
- Intégrer un salarié en situation de handicap en respectant la réglementation et en prenant en compte son nouveau collaborateur
- Intégrer le nouveau collaborateur auprès des équipes afin de sécuriser son intégration et son recrutement au moyen de techniques de "Onboarding"

## Module 5 : Mettre en œuvre un management opérationnel

### I. Management des équipes

- Choisir un mode de management adapté pour favoriser l'agilité et la capacité d'adaptation au sein de l'équipe.
- Animer des réunions de lancement, suivi et fin de projet pour permettre une communication opérationnelle fluide et efficace afin de fixer les premiers jalons du projet (les réunions sont animées soit en présentiel, soit via des outils distanciels).
- Conduire des entretiens avec les collaborateurs pour évaluer le travail et la motivation d'un consultant et pour maintenir leur adhésion et motivation, en utilisant différentes techniques d'entretien et des grilles d'entretien.
- Gérer des situations difficiles (gestion de conflits -périodes sous tension, changement, annonce non partagée ou difficile, recadrage, entretien disciplinaire...) pour maintenir un climat positif et favorable à la réussite du centre de profit.

### II. Management à distance

- Connaître le cadre réglementaire (télétravail, nomadisme, etc...), le cadre légal, (aménagement de l'espace, outil de connexion téléphone, informatique) et la responsabilité du manager vis-à-vis de ses équipes.
- Définir et structurer un mode de fonctionnement du management à distance de son équipe en prenant en compte les activités et les tâches des collaborateurs selon leur degré d'autonomie et leur niveau de



responsabilité afin d'harmoniser les méthodes de travail et de clarifier les rôles de chacun au sein de l'organisation.

- Mettre en œuvre du management à distance en compartimentant l'activité managériale à distance (déléguer, motiver, faire le point, créer, entretenir du lien, fixer des objectifs, etc.) permettant à la fois de proposer du télétravail sans perdre la relation managériale avec ses équipes.

### III. La gestion des situations de crise

- Anticiper et affronter toutes sortes de situations de crise interne à l'entreprise et externe lié à l'environnement (exemple crise sanitaire, économique, militaire)
- Analyser la situation dite de crise et ses conséquences à court, moyen et long terme, tout en gérant son stress et celui de ses collaborateurs pour surmonter la crise.
- Décider avec ses équipes de l'action à mener par un diagnostic et la mise en place de solutions innovantes.
- Mobiliser et fédérer les collaborateurs par un management agile permettant la mise en place des moyens sélectionnés et se préparer à sortir de la crise.

### Module 6 : Pilotage de l'activité d'un centre de profit

#### I. La gestion des situations de crise

- Elaborer un plan d'actions de la performance opérationnelle pour donner un cadre et optimiser le temps, au moyen d'un outil de pilotage de l'activité et d'indicateurs de performance opérationnelle
- Utiliser des outils de pilotage de l'activité par affectation des consultants pour avoir une visibilité de la situation des contrats en cours, au moyen d'un CRM.
- Utiliser des outils de priorisation et des actions à conduire pour optimiser la rentabilité, au moyen du CRM et de tableaux de bord d'activité.
- Evaluer la rentabilité de son centre de profit par l'utilisation d'outils de management de la performance financière pour définir et mettre en œuvre la stratégie financière de la structure, au moyen d'indicateurs spécifiques.

#### Révision et validation du titre

- Révision et mise en situation pour le passage du titre
- Evaluation du parcours de formation remis au jury avec la remise du livret ECF
- Exercices de coaching individuel et collectif permettant d'avoir la bonne posture du métier lié à la formation

#### Débouchés visés par la certification :

- Manager d'affaires ;
- Business Manager ;
- Business Manager Coach ;
- Ingénieur d'affaires ;
- Ingénieur commercial ;
- Directeur Commercial ;
- Directeur d'agence ;
- Directeur général.