

Alternance & Initial

## Manager d'Affaires

Cette formation s'adresse à tous managers en charge du développement commercial, aux directeurs d'agence, aux business managers, mais également à un public plus large, comme les chefs d'entreprise, les jeunes entrepreneurs, les créateurs et les repreneurs d'entreprise. Cette formation est destinée à toute personne qui vise à gérer un centre de profit et qui sera amenée à assurer 3 fonctions majeures : commerciale, recrutement et management de collaborateurs.

Le Manager d'affaires développe une organisation de recrutement des ressources et manage ses équipes.

Le Manager d'affaires doit assurer une veille économique et technique sur son marché et concevoir une stratégie de prospection d'affaires, afin de détecter les marchés porteurs.

### Objectifs de la formation

- Assurer une veille économique et technique du marché
- Concevoir une stratégie de prospection d'affaires
- Négocier à haut niveau et conclure une affaire
- Gérer des situations de crise
- Concevoir une stratégie de prospection d'affaires

### Profil

- Force de conviction
- Aisance dans la prise de décision
- Aptitude au management
- Communication orale et écrite qualitative
- Vision stratégique et goût du challenge

### Métiers visés

- Manager d'affaires
- Business Manager
- Business Manager Coach
- Ingénieur d'affaires

#### Modalités d'admission

- Étude du dossier, tests écrits et entretien de motivation
- Recherche d'un contrat d'alternance (soutien du dispositif CARE Coaching et Accompagnement à la Recherche d'Entreprise)

#### Modalités pédagogiques

- Présentiel et e-learning en appui
- Études de cas – business case
- Pédagogie dynamique et interactive
- Nombreuses simulations
- Accompagnement individualisé à la méthodologie des travaux certifiants
- Business Game

#### Les missions en entreprise

- Conseil en hautes technologies
- Conseil en Ingénierie
- Conseil en système d'information et bancaire
- Société de services et bureau d'étude

## DIPLÔME

### Certification professionnelle de niveau 7 "Manager d'Affaires"

Enregistrée au RNCP pour deux ans (N° Fiche 36502) sur décision du directeur de France Compétences suite à l'avis de la commission de la certification professionnelle du 31 Mai 2022, au niveau de qualification 7 avec effet jusqu'au 01/06/2024.

- Code NSF 310, 312t, 313 - sous l'autorité et délivrée par MANITUDE.

Cette certification professionnelle est constituée de 6 blocs de compétences. Les blocs de compétences représentent une modalité d'accès modulaire et progressive à la certification, dans le cadre d'un parcours de formation ou d'un processus de VAE, ou d'une combinatoire de ces modalités d'accès.

## RYTHME

En alternance :  
1 jours école / 4 jours entreprise

Contrat en alternance :  
contrat d'apprentissage  
de 24 mois

En initial :  
stage obligatoire de 80 jours minimum  
sur 2 ans

## ACCESSIBILITÉ

Accessible aux personnes en situation de handicap.

Pour en savoir plus sur notre mission handicap <https://pstm.fr/NOTRE-MISSION-HANDICAP>

## ADMISSION

Pour faire acte de candidature, il faut être en cours d'obtention ou titulaire d'un bac général, technologique ou professionnel ou d'une certification professionnelle de niveau 6.

Candidature sur [pstm.fr](https://pstm.fr) | Réponse sous 7 jours

## COÛT DE LA FORMATION

Formation en alternance :  
gratuit pour l'étudiant

Formation en initial :  
6300 euros par an

## BLOC 1: Analyser et détecter des marchés porteurs

### Mise en oeuvre d'une veille économique et technique de l'environnement des clients sur leur marché

#### Les compétences :

- Rechercher et collecter des informations sur les secteurs d'activité relatifs aux clients pour définir le cadre de l'analyse, au moyen de sites et études, spécialisés en données, ou d'une étude réalisée sur-mesure.
- Recenser et analyser les facteurs du macro-environnement (économiques, technologiques, démographiques, politiques ...) pour mesurer les risques, détecter les opportunités et les marchés porteurs, en utilisant des sites et études spécialisées sur des données du macro-environnement.
- Recenser et analyser les facteurs du micro-environnement (clients, concurrents, intermédiaires commerciaux, partenaires, etc.) pour mesurer les risques, détecter les opportunités et les marchés porteurs, au moyen d'une étude de marché.
- Réaliser un benchmark sur un secteur d'activité ou une entreprise pour concevoir une offre traduisant le positionnement de son client et répondant aux besoins du marché, en mobilisant des outils et techniques dédiées (analyse SWOT, etc.)

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

#### Les compétences :

- Préparer une stratégie de prospection d'affaires en étudiant la cible client pour définir la valeur ajoutée à lui apporter (en mobilisant des outils d'analyse spécifiques ou en sollicitant des cabinets spécialisés)
- 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 (données quantitatives / qualitatives), tels que les outils Google, Digimond, Qualtrics, etc.)

## BLOC 2: Préparer et réaliser la prospection

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

#### Les compétences :

- Préparer sa prospection en qualifiant son fichier de prospection et en organisant la session d'appel afin d'augmenter la prise de rendez-vous, en utilisant son CRM ou des outils en ligne de prospection commerciale (LinkedIn Sales Navigator, etc.).
- 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 (au moyen d'une grille / un support d'entretien préétabli).
- Prendre contact avec le prospect afin de décrocher un rendez-vous en appliquant les techniques et la structure de l'appel.

### Mise en oeuvre d'une stratégie de social selling / prospection par les réseaux auprès de prospects B to B et grands comptes

#### Les compétences :

- Identifier sa stratégie de social selling 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 selling, afin d'en mesurer l'efficacité, en utilisant les outils digitaux d'analyse des réseaux sociaux utilisés.

## BLOC 3: Mettre en oeuvre la stratégie commerciale

### Réalisation du RDV de découverte avec le prospect grand compte

- Mener l'entretien de découverte en s'appuyant sur son expertise et un 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.

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

- S'approprier les enjeux stratégiques de l'entreprise (économiques, financiers, éco- développementaux, RSE, etc.) pour préparer des scénarios d'amélioration, des performances globales de l'entreprise au moyen des informations récoltées lors de l'entretien de découverte et des différents supports présentant les axes de développement stratégique de l'entreprise. (Études, rapports, etc.)
- Préparer, animer et débriefer une réunion de qualification avec le collaborateur/expert interne pour valider les composantes du projet (aspects techniques, durée du projet) adressées au client. La réunion sera animée avec des outils classiques en présentiel (diaporama, etc.), ou en visioconférence.
- 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.

### 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.

### 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 des 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.

## BLOC 4: Recruter et intégrer des talents

### Description de poste et du profil recherché

#### Les objectifs :

- 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.

### Mise en oeuvre d'un sourcing

#### Les objectifs :

- 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.
- 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 pré-établie.

### La sélection du candidat

#### Les objectifs :

- 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.
- Conduire l'entretien de recrutement en utilisant les techniques et outils permettant de cibler l'adéquation entre le 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.

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

#### Les objectifs :

- 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 ».

## BLOC 5: Mettre en oeuvre un management opérationnel

### Management des équipes

#### Les objectifs :

- Choisir un mode de management adapté pour favoriser agilité et 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.

### Management à distance

#### Les objectifs :

- 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 oeuvre 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.

### La gestion des situations de crise

#### Les objectifs :

- 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.

## BLOC 6: Piloter l'activité d'un centre de profit

### Pilotage de l'activité d'un centre de profit

- Élaborer 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 de suivi d'activité.
- Évaluer la rentabilité de son centre de profit par l'utilisation d'outils de management de la performance financière pour définir et mettre en oeuvre la stratégie financière de la structure, au moyen d'indicateurs spécifiques.

## Modalités d'obtention

- Évaluation des connaissances et compétences acquises à l'école : en fonction des modules, contrôle continu ou partiels semestriels
- Étude de cas finale
- Mémoire et soutenance de fin d'année
- Évaluation des compétences professionnelles déployées en entreprise

## Indicateurs de performance

- Obtention du diplôme 2021 : 100%
- Poursuite d'études 2020 : 82%