

PROGRAMME DE LA FORMATION « MANAGER DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE »

Bloc 6 : DEVELOPPEMENT DU RESEAU PROFESSIONNEL

1. Création d'outils commerciaux (PPT, OAV, Prezi, Canva, ...)
2. Développer son personal branding (LinkedIn)
3. Relations publiques et réseaux d'influences
4. Développer l'image et le rayonnement de la marque
5. Intelligence émotionnelle du commercial (au service du client)
6. Développement personnel et gestion de carrière commerciale
7. Manager responsable : lier RSE à son « core business »
8. Krisis

TRAVAUX PROFESSIONNEL

1. Atelier recherche / Mémoire professionnel partie 1

Bloc 1 : ELABORATION DE LA STRATEGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

1. Audit du système d'information commercial
2. Système d'information commercial ERP et CRM
3. E-CRM gérer sa relation client en ligne
4. De l'audit stratégique à l'audit sales marketing
5. Elaborer la stratégie commerciale
6. RSE, compliance et risk management
7. Evaluer sa performance commerciale
8. Sales booster

Bloc 2 : ORGANISATION DE LA STRATEGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

1. Parcours d'achat et expérience client
2. Intégrer le e-commerce dans sa stratégie commerciale
3. Bâtir et piloter le plan d'action commercial
4. Accélérer l'acquisition client grâce aux nées technologies
5. Générer des leads grâce au social selling
6. Budgétiser et financer l'activité commerciale
7. Coopération
8. Cas professionnel

HORS BLOC DE COMPETENCES

1. Business English

TRAVAUX PROFESSIONNEL

1. Atelier recherche / Mémoire professionnel partie 1

Bloc 5 : MANAGEMENT ET ANIMATION DES EQUIPES ET PROJETS

1. Design organisationnel et constitution d'équipes
2. Evaluer et faire grandir ses collaborateurs
3. Talent manager 1 : du sens à l'accompagnement
4. Talent manager 2 : accompagnateur du changement
5. Leadership
6. Gestion de projets commerciaux et outils de collaboration
7. Conduire et animer des réunions productives

HORS BLOC DE COMPETENCES

1. Business english

TRAVAUX PROFESSIONNEL

1. Atelier recherche / Mémoire professionnel partie 2

Bloc 3 : DEVELOPPEMENT ET PILOTAGE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

1. Intelligence commerciale au service du développement des ventes
2. Identifier et sélectionner un appel d'offres/à projets
3. Répondre et remporter les appels d'offres/ à projets
4. Elaboration du processus : outils et suivi de l'AO/AP
5. Les clés de la négociation commerciale
6. Manager et négocier en situation de ventes complexes
7. Négocier à travers les cultures
8. Développement et pilotage de projets à l'international
9. Piloter une activité commerciale omnicanale
10. Négocier et rédiger des contrats
11. Mission consulting

Bloc 4 : ORGANISATION DE L'ADMINISTRATION (DES VENTES) COMMERCIALE

1. Manager le cycle de vie du contrat/concevoir et piloter le processus ADV
2. Evolution de la relation client (BtoB, BtoC, BtoA...)
3. Politique de satisfaction et de fidélisation
4. Gérer les réclamations clients
5. Conception et mise en œuvre du reporting commercial
6. Temps fort : 2 jours pour challenger son processus commercial

TRAVAUX PROFESSIONNELS

1. Simulation de gestion d'entreprise
2. Cas Pro 2
3. Mémoire professionnel partie 2
4. Soutenance finale