



Formation **Manager d'affaires**

Manager d'affaires

LA FORMATION

Le manager d'affaires analyse les besoins de ses futurs clients et des clients déjà acquis pour construire une offre commerciale sur-mesure et à haute valeur ajoutée. Il gère un portefeuille clients et en recherche de nouveaux par une prospection active et ciblée. Interlocuteur privilégié du client dans l'entreprise, le professionnel suit l'intégralité du projet, du devis à la facturation

Obtenez le Titre RNCP « **Manager d'affaires** » de MANITUDE, **niveau 7** enregistré au RNCP sous le numéro **40257** par décision de France compétences du 28-02-2025.

PRÉREQUIS

Avoir validé un diplôme ou un Titre certifié de niveau 6 (Bac+3)

DURÉE DE LA FORMATION

24 mois (908 heures)

DATE DE LA RENTRÉE SCOLAIRE

Rentrée principale : Septembre 2026

CHIFFRES CLÉS

Taux d'insertion globale

2023 : 69 % / 2022 : 85 %

Taux d'insertion dans les emplois visés

2023 : 27 % / 2022 : 35 %

Taux de réussite

2023 : 94 % / 2022 : 90 %

Taux de présentation

2023 : 87 % / 2022 : 87 %

OBJECTIFS

- Définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale durable en fonction des objectifs de rentabilité économiques fixés par le comité de direction
- Piloter l'activité d'un centre de profit
- Manager une équipe de collaborateurs et un réseau de partenaires (suivi, animation, accompagnement, recrutement)
- Développer l'activité commerciale par la conquête et la fidélisation client en s'appuyant sur les processus de transformation digitale mis en place par l'entreprise

MÉTIERES & DÉBOUCHÉS

- Manager d'affaires
- Business manager
- Business developer
- Account executive
- Chargé d'affaires
- Ingénieur d'affaires
- Technico-commercial grands comptes
- Développeur des ventes
- Business development representative
- Ingénieur commercial
- Directeur / responsable d'agence
- Directeur commercial
- Sales Developer
- Responsable des vente
- Chef des ventes
- Directeur général
- Directeur de magasin
- Responsable e-commerce
- Responsable du développement commercial/responsable commercial

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Étape 1 : Faites une demande d'admission en créant un compte sur notre plateforme à l'adresse suivante : <https://adgeducation.com/admissions/> .

Étape 2 : Une fois inscrit, renseignez les informations manquantes et chargez vos documents en suivant les étapes indiquées.

Étape 3 : Nous étudions votre candidature.

- **Pour l'alternance :** Vous serez contacté par notre chargé administratif pour passer un entretien d'admission.

- **Pour les candidats internationaux et les initiaux :** Vous devez passer un test en ligne qui vous sera envoyé par notre chargé administratif pour valider votre admission.

Vous pouvez suivre l'état d'avancement de votre candidature à tout moment sur notre plateforme. Une fois la décision de l'équipe d'admission prise, vous recevrez une notification directement sur notre plateforme.

En cas de besoin, n'hésitez pas à nous contacter par e-mail à l'adresse suivante : info@adgeducation.com .

IMPORTANT :

Si vous êtes titulaire d'un diplôme étranger, veillez à le faire reconnaître auprès du centre **ENIC-NARIC** en allant sur :

[Centre ENIC-NARIC France | France Education international \(france-education-international.fr\)](http://Centre-ENIC-NARIC-France-France-Education-international-france-education-international.fr)

TARIFS

En initial :

- **Frais de scolarité :** 6850 Euros/ an
- **Frais de pré-inscription :** 550 Euros : payables uniquement par les candidats Internationaux résidants en dehors du territoire Français non remboursables en cas de refus de visa

En apprentissage :

Sans frais pour l'apprenti, formation financée par les OPCO (Opérateurs de compétences).

Définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale durable en fonction des objectifs de rentabilité économiques fixés par le comité de direction

- Réaliser une étude du marché en mettant en place une démarche de veille pour anticiper les évolutions du secteur et du marché afin de détecter les facteurs clés de succès (FCS) et les opportunités de croissance pour l'entreprise
- Déterminer les avantages concurrentiels à valoriser, en construisant une analyse interne de l'entreprise et une carte perceptuelle (ou mapping concurrentiel) des concurrents directs et indirects pour proposer des orientations commerciales positionnant l'entreprise dans les tendances actuelles du marché
- Définir le public-cible inclusif en utilisant les techniques de l'Ideal Customer Profile (ICP) pour garantir que la future offre commerciale trouvera sa place sur le marché en obtenant un fort potentiel de rentabilité
- Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs durables en tenant compte des forces et faiblesses de l'entreprise et des opportunités et menaces du marché pour élaborer, en collaboration avec le service marketing, la stratégie commerciale
- Décliner la stratégie commerciale en un plan d'action commercial (PAC) omnicanal inclusif, traduisant en résultats concrets les orientations à moyen et long termes de la stratégie pour construire, en accord avec le service marketing et communication, avec une feuille de route, respectueuse de la RSE, de la législation et des contraintes de l'entreprise
- Elaborer le budget du plan d'action commercial en calculant, à l'aide d'un tableur, l'investissement financier marketing et commercial annuel préconisé dans le plan d'action pour calculer les ratios de rentabilité (seuil et point mort) afin de réaliser les arbitrages jusqu'à ce que l'équilibre entre la satisfaction des objectifs de la stratégie et les moyens engagés soit trouvé
- Argumenter les éléments du budget et les ratios de rentabilité auprès de la direction générale en préparant un support de présentation adapté aux diversités pour obtenir une validation par les dirigeants et les actionnaires

Développer l'activité commerciale par la conquête et la fidélisation client en s'appuyant sur les processus de transformation digitale mis en place par l'entreprise

- Construire un plan de prospection commerciale en décidant des différentes techniques et canaux de prospection à utiliser au regard des objectifs fixés et des personae ciblés pour permettre aux équipes d'être efficace et de gagner du temps dans la conquête de nouveaux clients tout en respectant la législation et les contraintes de l'entreprise
- Mesurer la performance de la stratégie de prospection en mettant en place un processus de suivi (indicateurs, fréquence, outils de remontée automatisée de l'information, etc.) pour vérifier la pertinence de la stratégie mise en place et connaître le coût d'acquisition d'un nouveau client
- Chiffrer, en concertation avec la hiérarchie et l'équipe-métier dédiée, les propositions aux appels d'offres sélectionnées en amont, pour rédiger les réponses et constituer un dossier conforme au cahier des charges du donneur d'ordre

PROGRAMME D'ÉTUDES

- Valoriser le portefeuille clients actuel en réalisant une cartographie des clients actuels en s'appuyant sur les données du CRM pour déterminer les priorités commerciales et mettre en place des actions de fidélisation destinées aux clients à forte valeur ajoutée afin de développer les ventes actuelles
- Communiquer régulièrement de façon individualisée avec les clients en adaptant le message aux spécificités des canaux et supports choisis (physique, à distance, numérique, etc.) pour créer une expérience client personnalisée, augmenter le CLV et réduire le taux d'attrition
- Comprendre les besoins, les enjeux et les acteurs impliqués dans le projet d'achat du prospect en utilisant les techniques d'écoute active, en prenant en compte les situations de handicap et en instaurant un climat de confiance pour coconstruire (avec le prospect et l'équipe) une offre adaptée au projet B2B ou B2C
- Négocier, en français et/ou en anglais, avec les différentes parties concernées, les solutions techniques, financières et/ou logistiques complexes en s'appuyant sur les éléments de l'USP préparés en amont pour traiter de façon inclusive les objections des différents interlocuteurs dans une position de conseil afin de trouver une solution préservant les intérêts de chacune des parties
- Conclure la négociation par une transaction respectueuse des intérêts des deux parties et du triptyque (QCD) Qualité-Coût-Délai, en utilisant une technique de closing adaptée à la situation pour obtenir un accord définitif de la part du client et des recommandations actives de clients potentiels

Manager une équipe de collaborateurs et un réseau de partenaires (suivi, animation, accompagnement, recrutement)

- Informer les équipes internes et externes sur l'importance des affaires en cours et sur les stratégies à employer en expliquant et en organisant la contribution individuelle de chacun pour atteindre les objectifs fixés dans le respect des engagements sociaux et sociétaux de l'entreprise et des réglementations afin de fédérer autour des défis (objectifs/résultats attendus)
- Mettre en œuvre des techniques inclusives d'animation d'équipes internes et externes, adaptées au contexte d'entreprise (mobiliser, encourager, en face à face, à distance, en hybride) pour développer le sentiment d'appartenance et détecter les signaux annonciateurs de tensions
- Suivre le travail des équipes et des partenaires en mettant en place des outils et des méthodes de travail collaboratif tels que messagerie instantanée, organisation de visioconférences, calendrier partagé, stockage et partage de données pour détecter les écarts de résultats afin de proposer des actions correctives.
- Solutionner les conflits entre collaborateurs en se positionnant comme médiateur ou arbitre pour trouver un accord acceptable et durable pour chacun des protagonistes
- Participer à la mise en œuvre de la démarche de Gestion des Emplois et Parcours Professionnels (GEPP) au sein de l'entreprise en cartographiant les besoins nécessaires à la réalisation de l'affaire pour vérifier au cours d'un entretien les compétences et les aspirations des collaborateurs afin de fixer les actions de recrutement et de formation
- Rédiger une fiche de poste inclusive en définissant les compétences nécessaires à la réalisation de l'affaire pour recruter un candidat ou rechercher un partenaire externe en adéquation avec le besoin, l'organisation, la stratégie et les valeurs de l'entreprise

Piloter l'activité d'un centre de profit

- Organiser la coordination et la coopération des différents intervenants internes et externes en lien avec l'activité (spécialistes juridique, technique, commercial, logistique, marketing, etc.) en utilisant la méthode du Lean Management pour améliorer la performance de l'entreprise en éliminant les coûts superflus et en limitant le gaspillage des ressources
- Superviser la rédaction, l'obtention et la mise à disposition de l'ensemble des documents et actes administratifs obligatoires à la bonne réalisation du projet (demandes d'autorisation, déclarations, contrats, etc.) pour être en conformité légale et fiscale avec les impératifs de l'activité
- Elaborer un processus de gestion des litiges (client, fournisseurs, partenaires, etc.) respectant le cadre réglementaire et les process de l'entreprise pour participer à l'instruction, au suivi et à la résolution des contentieux afin de préserver la satisfaction client, les risques d'impayés et la rentabilité de l'activité
- Concevoir des outils de pilotage et de suivi (tableaux de bord) en choisissant les indicateurs de la performance intégrant les notions de Qualité-coût/rentabilité-délai et les engagements sociaux et sociétaux pour vérifier l'harmonisation de la stratégie et des activités opérationnelles mises en œuvre et leur efficacité
- Synthétiser, en utilisant des outils de bureautique, les données des résultats et les conditions dans lesquelles ils ont été réalisés en rédigeant un rapport d'activité pour évaluer la rentabilité de son activité et prendre des décisions éclairées permettant d'améliorer la croissance
- Rédiger un plan de gestion de crise en déterminant les crises les plus susceptibles de nuire à l'activité et leur impact commercial, social, sociétal pour préparer l'équipe et réduire au maximum les dommages à long terme causés à l'activité

HANDICAP

Accessibilité aux personnes en mobilité réduite.

ADG s'engage pour favoriser et accompagner l'accueil des personnes à besoins spécifiques et/ou de compensations.

En tant qu'alternant, adressez-vous au référente handicap du CFA. Elle est à l'écoute de vos besoins pour vous apporter toute l'aide nécessaire afin de vous permettre de suivre votre formation et accéder à vos examens dans les meilleures conditions.

Veuillez prendre contact avec la référente Handicap pour poser toutes vos questions :

Référente Handicap : Mme Lizbeth GARS

Tél : 01 88 88 06 97

Mail : l.gars@intedgroup.com

Pour plus de détails, vous pouvez également visiter le site de l'AGEFIPH
www.agefiph.fr/



Nous contacter

📞 +33 (1) 89 19 55 25

✉ info@adgeducation.com

📍 **Campus Paris** : 15 rue du louvre 75001 Paris
Campus Champs sur Marne : 6 allée Hendrik Lorentz 77420 Champs sur Marne
Campus Montpellier : 1 Place Charles de Gaulle 34170 Castelnau-le-Lez



@adgeducation



La certification qualité a été délivrée
au titre des catégories d'actions suivantes :
- Actions de formation
- Actions de formation par apprentissage.