

## Programme de formation Manager d'affaires Titre RNCP 36502 de niveau 7 (niveau bac +5)

Les activités se déclinent en 6 blocs de compétences. Chaque bloc de compétences peut être validé indépendamment des autres et donne lieu à la délivrance d'une attestation.

### BLOC 1 : Analyser et détecter des marchés porteurs

- **Module 1** : Rechercher et collecter des informations sur les secteurs d'activités relatifs aux clients pour définir le cadre de l'analyse, au moyen de sites & études, spécialisés en données, ou d'une étude réalisée sur mesure
- **Module 2** : Recenser et analyser les facteurs du macroenvironnement (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 macro-environnement
- **Module 3** : Recenser et analyser les facteurs du microenvironnement (clients, concurrents, intermédiaires commerciaux, partenaires, etc.) pour mesurer les risques, détecter les opportunités et les marchés porteurs, au moyen d'une étude de marché
- **Module 4** : 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.)
- **Module 5** : 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)
- **Module 6** : Analyser le marché des entreprises cibles et de leurs influences sur le macro-environnement et le microenvironnement, 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

- **Module 1** : 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.)
- **Module 2** : 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)
- **Module 3** : Prendre contact avec le prospect afin de décrocher un rendez-vous en appliquant les techniques et la structure de l'appel
- **Module 4** : Identifier sa stratégie de social seller pour réussir ses objectifs en prenant en compte les moyens mis à disposition et le temps disponible
- **Module 5** : 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
- **Module 6** : Mesurer sa stratégie de social seller, afin d'en mesurer l'efficacité, en utilisant les outils digitaux d'analyse des réseaux sociaux utilisés

## BLOC 3 : Mettre en œuvre la stratégie commerciale

- **Module 1** : Mener l'entretien de découverte en s'appuyant sur son expertise et un questionnement personnalisé afin de rechercher et comprendre les enjeux du client
- **Module 2** : 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
- **Module 3** : 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.)
- **Module 4** : Préparer, animer et débriefing une réunion de qualification avec le consultant/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
- **Module 5** : 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

- **Module 6** : 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
- **Module 7** : Préparer et élaborer une proposition commerciale pour aborder la négociation, via les données récoltées lors des rendez-vous précédents
- **Module 8** : 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
- **Module 9** : Conclure la vente en rassurant le prospect par sa communication verbale et non-verbale et par l'utilisation des techniques de closing adaptées
- **Module 10** : 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
- **Module 11** : 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)
- **Module 12** : 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
- **Module 13** : 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**

- **Module 1** : 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
- **Module 2** : Sélectionner le process permettant d'aller rechercher des critères concrets à partir des compétences
- **Module 3** : 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
- **Module 4** : 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
- **Module 5** : Présélectionner les candidatures pour établir une première sélection par le traitement des CV, au moyen d'une grille préétablie

- **Module 6** : 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
- **Module 7** : Conduire l'entretien de recrutement en utilisant les techniques et outils permettant de cibler l'adéquation entre le profil recherché et celui du candidat
- **Module 8** : Concrétiser le recrutement par la signature du contrat en éliminant les doutes et en mesurant la motivation du candidat à intégrer l'entreprise
- **Module 9** : Réussir l'accueil du nouveau collaborateur en préparant son arrivée au sein de la structure, au moyen du plan d'intégration de l'entreprise
- **Module 10** : Intégrer un salarié en situation de handicap en respectant la réglementation et en prenant en compte son nouveau collaborateur
- **Module 11** : 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 œuvre un management opérationnel**

- **Module 1** : Choisir un mode de management adapté pour favoriser l'agilité et la capacité d'adaptation au sein de l'équipe
- **Module 2** : 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)
- **Module 3** : 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
- **Module 4** : 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
- **Module 5** : 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
- **Module 6** : 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
- **Module 7** : 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

- **Module 8** : Anticiper et affronter toutes sortes de situations de crise interne à l'entreprise et externe lié à l'environnement (exemple crise sanitaire, économique, militaire)
- **Module 9** : 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
- **Module 10** : Décider avec ses équipes de l'action à mener par un diagnostic et la mise en place de solutions innovantes
- **Module 11** : 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**

- **Module 1** : 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
- **Module 2** : 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
- **Module 3** : 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
- **Module 4** : Évaluer 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