

MASTÈRE EN ALTERNANCE

MANAGER DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

BAC
+5

TITRE APPARTENANT AU
CERTIFICATEUR TALIS

CERTIFIÉ PAR FRANCE COMPÉTENCES AU NIVEAU 7

N° RNCP : 38583

Enregistré le 09/02/2024



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Piloter des projets stratégiques et accompagner le développement des entreprises en France et à l'international. Acquérir des compétences en management, en finance, en gestion de projet et en digital, tout en développant une vision globale des enjeux économiques et commerciaux.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Cours alternant des apports théoriques et des exercices pratiques.
- Une équipe pédagogique composée de formateurs et de professionnels diplômés issus du monde de l'entreprise.

RYTHME PÉDAGOGIQUE

- **DURÉE** : 910 heures réparties sur 2 ans.
- **RYTHME D'ALTERNANCE** : 12 semaines complètes d'école réparties sur l'année.
Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète.
- **COURS DISPENSÉS EN FACE À FACE**
- **PROCHAINE RENTRÉE** : 04 Septembre 2026

À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ

Sous condition de validation (voir règlement d'examen)

- Le titre « Manager du Développement Commercial », titre reconnu par l'Etat niveau 7 (Bac+5)


TALIS—
COMPÉTENCES
& CERTIFICATIONS

 **SUP'
AFFAIRES**
LORIENT

TAUX DE RÉUSSITE
2025

100%



CONDITIONS D'ADMISSION

- Bac + 3 validé* (ou Bac +2 suivi de 3 années d'expérience dans le secteur tertiaire)
- Dossier de candidature et entretien de motivation

**Autre profil : contactez-nous.*

Il existe des équivalences et correspondances possibles avec l'ancienne certification mais pas de passerelle possible : RNCP 35894 Manager de la stratégie et de la performance commerciale.



PUBLIC

- Etudiant(e)s
- Salarié(e)s (reconversion, promotion)
- Demandeur(euse)s d'emplois
- Accessibilité aux publics en situation de handicap



COMPÉTENCES CLÉS

- Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement
- Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle
- Développer son leadership et fidéliser les équipes



TARIFS & PRISE EN CHARGE - APPRENTISSAGE

Aucun frais d'inscription ou de formation n'est à la charge de l'étudiant(e).
19 962 € pour les 2 années d'études. Pris en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil, reste à charge de 750€ payable par l'employeur.

Votre programme

DURÉE DE FORMATION :
2 ANS (910 HEURES)

ANNÉE 1 (455 H)

Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise

- Analyse des marchés et veille commerciale : étude des tendances, analyse concurrentielle et identification des opportunités de développement
- Data driven commercial : exploitation des données pour orienter la prise de décision stratégique
- Outils d'aide à la décision et tableaux de bord stratégiques
- Intelligence artificielle appliquée au marketing et au commerce
- Positionnement commercial et différenciation sur les marchés
- Définition de la stratégie commerciale et développement de partenariats stratégiques
- Cadre juridique des activités commerciales : droit commercial et des sociétés
- Réglementation du marché : droit de la concurrence et de la consommation

Concevoir un plan d'actions commerciales

- Construction d'un business plan et définition du business model
- Élaboration d'un plan d'actions commerciales omnicanales
- Prospection commerciale et gestion du parcours client
- Stratégie d'acquisition digitale et développement de la visibilité commerciale
- Modélisation et optimisation de l'expérience client

- Outils de gestion de la relation client (CRM) et pilotage de la relation commerciale
- Suivi et pilotage du plan d'actions commerciales : ROI, KPIs et indicateurs de performance
- Réponse aux appels d'offres et développement de nouvelles opportunités d'affaires
- Recherche de financements et montage de projets commerciaux

Piloter la stratégie commerciale omnicanale

- Pilotage de la performance commerciale : objectifs, indicateurs, reporting et analyse des résultats
- Bases de finance pour non-financiers : lecture des états financiers et suivi de la rentabilité
- Prospection, développement et fidélisation du portefeuille clients
- Négociation commerciale : nouvelles affaires, contrats et appels d'offres
- E-commerce et commerce international
- Optimisation d'une plateforme e-commerce et développement des ventes en ligne
- Éthique, RSE et réglementation du numérique dans les pratiques commerciales
- Gestion de crise et résilience commerciale face aux évolutions du marché

Manager des équipes commerciales

- Management et leadership des équipes commerciales
- Coaching et développement des compétences des collaborateurs
- Recrutement, intégration et fidélisation des talents commerciaux
- Optimisation de la performance individuelle et collective
- Conduite des entretiens profes-

- sionnels et entretiens annuels d'évaluation
- Gestion de projets commerciaux complexes
- Outils graphiques du manager pour piloter l'activité et la performance
- Communication managériale et assertivité

ANNÉE 2 (455 H)

Définir la stratégie commerciale

- Analyser les marchés et les tendances : veille commerciale, analyse concurrentielle et exploitation des données (data driven).
- Utiliser des outils d'aide à la décision : tableaux de bord stratégiques, intelligence artificielle appliquée au marketing et au commerce.
- Définir le positionnement commercial et identifier les opportunités de développement et de partenariats.
- Construire une stratégie commerciale durable, intégrant les enjeux économiques, sociétaux et concurrentiels.
- Maîtriser le cadre juridique des activités commerciales : droit commercial, droit des sociétés, concurrence et consommation.

Concevoir et structurer un plan d'actions commerciales

- Construire un business plan et définir un business model viable.
- Élaborer un plan d'actions commerciales omnicanales intégrant prospection, acquisition digitale et parcours client.
- Piloter la relation client avec des outils CRM et modéliser l'expérience client.
- Suivre la performance commerciale grâce aux indicateurs clés (ROI, KPIs, tableaux de bord).
- Développer de nouvelles oppor-

tunités d'affaires : appels d'offres, projets commerciaux et recherche de financements.

Piloter et développer la performance commerciale

- Suivre et analyser la performance commerciale (objectifs, indicateurs, reporting et rentabilité).
- Développer les ventes et fidéliser les clients : prospection, négociation commerciale et gestion du portefeuille.
- Déployer une stratégie omnicanale incluant e-commerce et commerce international.
- Optimiser les outils digitaux de vente, notamment les plateformes e-commerce.
- Intégrer les enjeux d'éthique, de RSE et de réglementation numérique tout en renforçant la résilience commerciale.

Manager et accompagner les équipes commerciales

- Manager et animer une équipe commerciale grâce à des pratiques de leadership et de coaching.
- Recruter, intégrer et fidéliser les talents commerciaux.
- Piloter la performance individuelle et collective avec des outils de management et de suivi d'activité.
- Conduire les entretiens professionnels et accompagner le développement des compétences.
- Gérer des projets commerciaux complexes avec assertivité et communication managériale.

+ Bloc transversal :

- Anglais
- Bureautique
- Entrepreneuriat
- Business Game

+ Boost IA

Module complémentaire pour apprendre à utiliser l'IA.
Sur inscription

RÈGLEMENT D'EXAMEN

Chaque bloc de compétences peut être indépendamment préparé et faire l'objet d'une évaluation autonome. Le titre peut faire l'objet d'une validation partielle par blocs de compétences.

VALIDATION D'EXAMEN

SYSTÈME D'ÉVALUATION

- Contrôles en cours de formation (épreuves écrites et orales), exposés, dossiers.
- Examens et présentations avec soutenance.
- Projet professionnel et personnel.
- Mémoire professionnel et soutenance
- Mission entreprise/Evaluation professionnelle
- Projet de création d'entreprise
- PITCH

Emplois visés

- Responsable de service
- Responsable commercial et marketing
- Chef de projet
- Développeur d'affaires