



MBA - Manager de la Stratégie Commerciale en agence d'emploi RNCP 36518 - Niveau 7

Objectifs

L'objectif de la certification est de former des managers de la Stratégie Commerciale capables de gérer la relation sur la totalité du parcours client, de l'avant-vente à la relation après-vente.

Bien que toujours centrées sur la relation client les fonctions s'élargissent aux interactions avec le marketing stratégique, digital et opérationnel, au pilotage des différents canaux de vente notamment digitaux, à la gestion de la production, au suivi ses projets et à l'administration des ventes, l'accompagnement client et la fidélisation.

Dans un contexte de digitalisation croissante des échanges commerciaux, le Manager de la Stratégie Commerciale issu de cette certification est un manager 2.0 en mesure de répondre aux défis de la transformation digitale des entreprises et de saisir cette opportunité pour optimiser la performance commerciale de ses équipes et de son organisation.

Manager-conseil, il s'attache à apporter un haut niveau de conseil ainsi qu'une véritable expertise sur le marché, les produits et les usages.

Il partage sa vision stratégique et prospective tant à ses clients qu'à ses équipes.

débouchés immédiats

- Ingénieur commercial/d'affaires
- Business manager
- Sales manager
- Export manager
- Manager d'activité
- Manager grand compte
- Key Account Manager
- Consultant en développement commercial
- Directeur des ventes
- Directeur commercial et/ou marketing
- Directeur/Chef de projet
- Directeur de clientèle
- Directeur de l'expérience client
- Directeur Customer Experience



Organisation de la formation

Durée de la formation :
745 heures + 250 heures en autonomie

Pas de frais de scolarité ou d'inscription pour l'alternant, formation prise en charge selon les modalités de l'OPCO.

principaux enseignements

- Elaborer la stratégie commerciale
- Développer et piloter l'action commerciale
- Optimiser l'administration des ventes
- Manager les équipes et les projets
- Développer son réseau professionnel
- Analyse et optimisation du SIC
- Analyse et positionnement marché
- Stratégie commerciale
- Plan d'action commercial
- Parcours client et tunnel de vente
- Growth hacking et nouveaux outils
- Stratégie de commercialisation/distribution
- Design organisationnel et constitution d'équipes
- Evaluer et faire grandir ses collaborateurs
- Management d'équipe en mode projet

organisation pédagogique

-Modalités d'évaluations et de certification
Mises en situation professionnelles réelles ou reconstituées, production écrite et/ou soutenance orale

-Méthodes mobilisées
Pédagogie active, cours magistraux, ateliers, TD, TP, mode-projet, travail en autonomie, blended learning : distanciel et présentiel

pour plus d'informations, rendez-vous sur notre site internet www.imc.randstad.fr