

type d'emplois accessibles après ton diplôme.

- ingénieur commercial/ d'affaires
- business manager/sales manager
- export manager, manager d'activité
- manager grands comptes/ key account manager
- consultant en développement commercial
- directeur des ventes
- directeur commercial et/ou marketing
- directeur/ chef de projet développement commercial
- directeur de clientèle
- directeur de l'expérience client/ directeur customer experience



modalités de formation.

- en alternance CFA/entreprise
- durée de formation : 22 mois
- 995 heures de formation en présentiel et distanciel
+ autonomie
- pré-requis : bac +3 validé/ 180 ECTS
- accessible aux personnes en situation de handicap

inscription.

✉ admissions@imc.randstad.fr

☎ 01 53 32 53 00

📍 15, rue des gazomètres/
276, avenue du président Wilson
93210 Saint-Denis



MBA manager de la stratégie commerciale

RNCP 36518 □ titre certifié de niveau 7 *

* en partenariat avec AIPF - IDRAC BUSINESS SCHOOL



accompagnateur de talents.

 **imc**
par randstad.

objectifs.

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 en interactions avec le marketing stratégique, digital et opérationnel. [Devenez un manager commercial 4.0 !](#)

les missions du manager de la stratégie commerciale.

- élabore la stratégie commerciale de l'entreprise en fonction des opportunités de croissance, en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise
- développe et pilote le déploiement de la stratégie commerciale sur l'ensemble du cycle de vente et assure le suivi budgétaire de son activité
- développe et pilote l'activité commerciale en identifiant et gérant les flux d'affaires et en conduisant tous types de négociations commerciales
- manage et anime les équipes commerciales dans la mise en œuvre et l'optimisation des actions commerciales
- optimise l'administration des ventes dans une politique de satisfaction et de fidélisation clients
- constitue et manage les équipes commerciales dans une optique de gestion agile des projets et de développement des compétences
- insère l'entreprise dans les réseaux professionnels et d'influence pour développer sa visibilité et son image de marque
- conçoit et pilote l'ensemble de ses actions dans un souci constant de mise en œuvre des objectifs de la RSE

secteurs d'activités.

Tous secteurs d'activité : banque, services aux entreprises, produits de grande consommation, informatique, construction etc... PME ou grandes entreprises, B to B ou B to C.

Quel que soit son environnement, le manager de la stratégie commerciale devra le maîtriser de façon approfondie, en appréhender les enjeux et évolutions, et comprendre l'univers et les attentes spécifiques de ses clients.

Il devra saisir les opportunités de la transformation digitale pour optimiser la performance commerciale de ses équipes et affiner le positionnement de son offre en réponse aux besoins changeants des clients et à l'évolution du marché.

enseignement.

Pédagogie active alliant cours et ateliers, travaux de groupe en mode projet, dossiers professionnels à réaliser en autonomie.

Enseignement par blocs de compétences : 6 blocs acquis successivement au long de la formation jusqu'à la certification finale.

programme.

bloc 1.

élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise.

bloc 2.

organiser la stratégie commerciale de l'entreprise (pré-sales).

bloc 3.

développer et piloter l'activité commerciale (sales).

bloc 4.

optimiser l'administration des ventes.

bloc 5.

manager les équipes et les projets.

bloc 6.

développer le réseau professionnel de l'entreprise.

travaux professionnels.

mémoire professionnel, études de cas, business game.

aptitudes.

- esprit d'analyse et de synthèse
- compétences en communication
- compétences relationnelles : écoute, force de conviction, empathie, assertivité
- leadership
- sens du client et de sa satisfaction
- rigueur, organisation et orientation résultats
- adaptabilité, créativité, appétence pour les outils digitaux
- curiosité, capacité à capter les tendances et leurs évolutions
- gestion du temps et des priorités
- intégrité, souci de la RSE

évaluations certificatives.

Etude de cas, oraux et soutenances, mises en situations professionnelles, dossier de mémoire.

