

Public

- Tout public

Prérequis

- Titulaire :
 - d'un titre de niveau 6 et principalement
 - d'un titre de niveau 6 généraliste complété par une formation complémentaire de mise à niveau aux prérequis techniques

Modalités d'admission

- Accès par dossier VAPP validé par le certificateur : justifier d'une expérience professionnelle équivalente dans les fonctions commerciales et/ou de gestion, marketing et communication
- Examen du dossier, évaluations écrites (culture générale, logique et raisonnement, anglais) et entretien individuel

Durée

- 910 heures en centre + périodes de formation en entreprise (P.F.E)

Modalités et méthodes pédagogiques

- Mixte, test d'évaluation des compétences numériques disponible sur aftral.com
- Alternance de séances de face à face, individualisation, activités en autonomie, simulation, ludo-pédagogie, mises en situation professionnelle

Qualité des formateurs

- Formateurs experts métier ayant validé un parcours de qualification pédagogique
- Professionnels en activité

Documents remis

- Attestation de formation

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter le référent Handicap local afin d'étudier les possibilités de suivre la formation

Nous contacter

www.aftral.com
0809 908 908



Bac+5 Commerce

MANAGER DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Spécialisation Tourisme

Objectifs de la formation

- ◆ Elaborer la stratégie commerciale
- ◆ Concevoir un plan d'actions commerciales
- ◆ Piloter la stratégie omnicanale
- ◆ Manager les équipes commerciales

Les plus de la formation

- ◆ Des moyens matériels performants et innovants
- ◆ Une formation active et inter active avec des cas pratiques
- ◆ Remise d'une documentation complète et ciblée

Mode d'évaluation des acquis

- ◆ Evaluation en cours de formation sous la forme de mises en situation, études de cas, quizz, ...
- ◆ Evaluation finale sanctionnée par le passage d'un examen (jury de professionnels)

Validation

- ◆ Certification Manager Développement Commercial
- ◆ Attestation de spécialisation, si réussite à l'évaluation
- ◆ Niveau : 7
- ◆ Equivalences, passerelles, débouchés : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38583>
- ◆ Code RNCP : 38583
- ◆ Certificateur : TALIS Compétences et Certifications (date de décision : 09/02/2024)
- ◆ Code Certif Info : 116326

Agrément

- ◆ Sans objet

PROGRAMME

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
0	Identifier les objectifs et étapes de la formation	/
<ul style="list-style-type: none"> Vérification du respect des prérequis Présentation du centre, de l'équipe pédagogique et des moyens matériels Modalités pratiques Tour de table Evaluation d'auto-positionnement 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
1	BC1 : Elaborer la stratégie commerciale d'une entreprise	164 H 30
<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place un système de veille stratégique : identification des besoins d'information, sélection des sources pertinentes et organisation de la collecte et la diffusion des données Analyser les données de l'environnement selon des tendances du marché Evaluer et positionner l'organisation commerciale : diagnostic des forces et faiblesses, identification de nouveaux segments de clientèle et définition des axes de différenciation face aux entreprises concurrentes Élaborer une stratégie alignée avec les valeurs, la raison d'être et les capacités de l'entreprise Communiquer à la direction : supports formalisés, argumentaire, objections 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Ressources pédagogiques
<i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 1</i>		

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
2	BC 2 : Concevoir un plan d'actions commerciales	185 H 30
<ul style="list-style-type: none"> Définir les composantes d'un plan d'actions commerciales : élaboration d'un plan conforme à la stratégie et aux choix politiques de l'entreprise Décliner le plan en actions opérationnelles : structure des actions par domaine d'activité stratégique (objectifs quantifiables, faisabilité et risques, proposition d'options adaptées) Piloter via un outil de gestion choisi la relation clientèle : supervision du paramétrage de l'outil, suivi de l'intégration des données selon la conformité légale (RGPD, protection des consommateurs) et optimisation de la base de données clients Mettre en place des outils de pilotage : tableaux de bord avec indicateurs pertinents (CA, EBE, stocks, taux de transformation...), suivi échéances clés, mise en place d'actions d'amélioration de la performance 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Ressources pédagogiques
<i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 2</i>		

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
3	BC 3 : Piloter la stratégie omnicanale	208 h 45
<ul style="list-style-type: none"> Piloter un système d'objectifs et de reporting : analyse des indicateurs quantitatifs et qualitatifs, mesure des écarts Coordonner la qualification et l'exploitation de la base client et prospects Déployer des actions commerciales omnicanales : segmentation et profilage du portefeuille clients, veille, actions de communication, prospection, fidélisation et partenariats Concevoir des offres commerciales adaptées aux sollicitations et tendances du marché : études de faisabilité, propositions de solutions conformes aux attentes clients et aux contraintes techniques, financières et réglementaires Elaborer et conduire une stratégie de négociation : définition des objectifs, marges de manœuvre et concessions, entretiens d'affaires avec des clients ou prospects 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Ressources pédagogiques
<i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 3</i>		

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
4	BC 4 : Manager les équipes commerciales	157 h 30
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordonner et organiser les forces commerciales : planification des activités, adaptation du management selon profils et nature de la force de vente ▪ Constituer et intégrer une équipe commerciale performante : sélection des profils, recrutement valorisant la diversité et l'inclusion et intégration des nouveaux arrivants ▪ Accompagner et animer les équipes commerciales : diffusion des règles et principes de l'éthique commerciale, organisation de réunions présentielles et distancielles, développement de la créativité et de la confiance ▪ Piloter et maintenir la performance des équipes : soutien, régulation et médiation, résolution des conflits, développement de la cohésion d'équipe ▪ Accompagner vers le changement et l'adaptation : plans d'adaptation, anticipation des freins et motivations ▪ Evaluer et développer les compétences des collaborateurs : entretiens professionnels et d'évaluation, valorisation de la performance individuelle 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Échanges collectifs Questionnaire de satisfaction
<i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 4</i>		

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
5	Bloc de spécialisation Stratégie commerciale de prestations de tourisme	162 h 00
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtriser les fondamentaux du tourisme : cartographie des acteurs, segments du tourisme (loisirs, affaires, groupes...), rôles des institutions nationales et internationales, obligations réglementaires, immatriculation ATOUT France ▪ Piloter la gestion d'activités touristiques : analyse tendance du marché, stratégie de distribution multicanale, prévisions commerciales et plan de vente, pricing et revenue management / yield management, politique de Travel management, gestion des risques ▪ Déployer une stratégie e-tourisme performante : comportements numériques des touristes, pilotage d'un projet de création /gestion d'un site web, optimisation de sa visibilité (SEO/SEA), email marketing et réseaux sociaux, web Analytics, règles RGPD ▪ Développer une culture géographique stratégique : le top 10 des destinations les plus commercialisées et produits associés, attractivités des destinations émergents, sélection des offres selon publics et saisons ▪ Communiquer dans des environnements complexes et multiculturels : codes de communication interculturelle, communication en cas de crise (aléas sanitaires, géopolitiques, climatiques, sociaux...), posture, discours et supports adaptés aux différents interlocuteurs ▪ Anglais : parler et produire des communications professionnelles 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia
<i>Evaluation intermédiaire de la spécialisation</i>		

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
6	Evaluer les acquis de la formation	32 H 45
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Livrables + épreuves finales de certification 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
7	Dresser le bilan et la synthèse de la formation	/
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilan de la formation ▪ Synthèse du stage ▪ Evaluation de satisfaction 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

Modalités techniques des formations distancielles : Disposer d'un environnement technique de travail adapté, cf. [fiche PREREQUIS TECHNIQUES](#)