

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 Transport/Logistique

Objectifs généraux

- ◆ Elaborer la stratégie commerciale d'une entreprise
- ◆ 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 du 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		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 ▪ Elaborer une stratégie alignée avec les valeurs, la raison d'être et les capacités de l'entreprise ▪ Communiquer à la direction : supports formalisés, argumentaire, objections <p><i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 1</i></p>		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Ressources pédagogiques

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 <p><i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 2</i></p>		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Ressources pédagogiques

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 <p><i>Evaluation intermédiaire du bloc de compétence 3</i></p>		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Logiciels de langues Ressources pédagogiques

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 présentielle 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 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
5	Bloc de spécialisation Transport logistique	162 h 00
<ul style="list-style-type: none"> Comprendre le secteur pour orienter l'action commerciale : panorama des filières et acteurs du transport et de la logistique, modèles économiques du secteur (TRM, affrètement, messagerie, logistique contractuelle), tendances du marché (digitalisation, e-commerce, transition énergétique) Utiliser l'innovation comme levier commercial : IA logistique, IoT, outils de prédiction transport, solutions bas-carbone et valorisation commerciale (CO₂, ZFE, énergies alternatives), digitalisation du suivi client : portails, tracking, traçabilité temps réel Maitriser le cadre réglementaire du transport et de la logistique : obligations TRM, documents contractuels de transport (CMR, LTA, connaissance, lettre de voiture), responsabilités commerciales & juridiques, Assurance transport (limites, responsabilités, sinistres) Construire et défendre une offre rentable : modélisation des coûts (carburant, RH, sous-traitance...), construction de grilles tarifaires avancées, scénarios & simulation budgétaire client sur 3 à 5 ans Maitriser la chaîne complète des appels d'offre : analyse stratégique d'un cahier des charges, construction du mémoire technique (valeur ajoutée, qualité, innovation, RSE), simulation de soutenance commerciale Développer la performance commerciale dans un environnement complexe : segmentation avancée des marchés TL, business design logistique & co-construction de solutions, analyse du potentiel client & priorisation commerciale Piloter une relation client avec des indicateurs professionnels : OTIF, taux de service, taux de litiges, qualité, tableaux de bord commerciaux TL, KPI clients Identifier, gérer les risques et garantir le service : aléas, pénalités, litiges, plan transport, affrètement, sous-traitance (arbitrages qualité / coûts), gestion de la relation chargeurs / prestataires, engagements QSE – sûreté – continuité de service 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Logiciel de langue anglaise Ressources pédagogiques
<i>Evaluation du bloc</i>		

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
5	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
6	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 de la formation 		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

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