

MBA

manager de la stratégie commerciale



MBA MSC
N°RNCP 40591*
Niveau 7 (Bac +5)
en initial ou en alternance
en partenariat avec AIPF déployant
la marque IDRAC BUSINESS SCHOOL



* Certification professionnelle de niveau 7 (EU), enregistrée au RNCP sous le numéro 40591 - code NSF 310 et 312 par décision de France Compétences du 30 avril 2025.

devenez.

- Directeur du développement ou Directeur commercial.
- Business Manager / Business Developer / Sales Manager.
- Key Account Manager (Manager grand compte).
- Ingénieur d'affaires ou Consultant en développement commercial.
- Customer Success Manager ou Chef de projet commercial.

les missions du manager de la stratégie commerciale

- **intelligence économique**
Organiser une veille stratégique performante intégrant les technologies digitales pour anticiper les évolutions du marché national comme international
- **pilotage stratégique**
Diagnostiquer l'environnement, définir les axes de développement et bâtir le plan d'action commercial (PAC) en intégrant les engagements RSE
- **développement d'affaires**
Identifier des opportunités à fort enjeu, mener des négociations complexes et sécuriser les contrats au plan national comme international
- **optimisation de la performance**
Superviser l'administration des ventes (ADV), piloter l'expérience client omnicanale et évaluer la performance via des KPI précis
- **management d'équipe et de projet**
Structurer un service, recruter des talents, animer l'écosystème projet et accompagner la montée en compétences des collaborateurs.

secteurs d'activités

Le Manager de la Stratégie commerciale est amené à exercer dans toutes les structures assurant la vente de produits ou services, de la TPE aux grands groupes internationaux, en modèles BtoB ou BtoC.

Les secteurs sont donc très variés : industrie, construction, informatique et technologie, distribution et services



objectifs de la formation

Permettre aux apprenants d'acquérir les compétences professionnelles nécessaires à ses missions en tant que manager commercial :

- structurer une intelligence économique efficace pour anticiper les mutations du marché, identifier les opportunités de croissance et orienter les décisions stratégiques de l'entreprise,
- développer l'influence et le rayonnement de l'entreprise : bâtir une stratégie de réseautage, renforcer son image de marque, tout en maîtrisant la communication de crise pour protéger la réputation de l'organisation,
- concevoir un Plan d'Action Commercial (PAC) cohérent à partir d'un diagnostic approfondi de l'environnement incluant la définition d'objectifs chiffrés, le choix des canaux de distribution et l'intégration systématique des enjeux éthiques et environnementaux (RSE),
- conduire des affaires à fort enjeu, notamment à l'international, de la détection et réponse aux appels d'offres complexes jusqu'à la conclusion de contrats stratégiques en utilisant des techniques de négociation avancées,
- organiser et manager ses équipes commerciales : structurer ses services, recruter des talents, piloter la montée en compétences des collaborateurs et diriger des projets transversaux en utilisant des méthodes de gestion agiles et inclusives.

enseignement et pédagogie.

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

Tous nos formateurs sont issus du monde professionnel.

Pré-requis et aptitudes

- conditions d'accès : Être titulaire d'un diplôme ou certification professionnelle de Niveau 6 (Bac+3) ou avoir validé 3 ans de formation post-baccalauréat dans le cadre de diplômes ou titres reconnus par l'Etat ou d'un diplôme étranger admis en équivalence.
- alternative : Possible pour les titulaires d'un niveau inférieur avec au moins 1 an d'expérience dans des fonctions commerciales spécifiques, après examen d'une commission (VAPP).
- aptitudes : Capacité d'analyse, sens relationnel et commercial, leadership, vision stratégique et maîtrise de l'anglais professionnel.

modalités d'évaluations

L'acquisition des compétences est validée par des épreuves certificatives variées :

- mises en situation professionnelles (cas réels ou fictifs).
- dossiers professionnels individuels ou collectifs (Sourcing d'appels d'offres, Plan de gestion de crise, Stratégie commerciale)
- soutenances orales individuelles ou collectives.
- épreuve transversale : Rédaction et soutenance d'un mémoire professionnel portant sur une problématique stratégique d'entreprise.

programme

bloc 1. élaborer la stratégie commerciale (Audit SIC, ERP/CRM, Diagnostic, Tunnel de vente, PAC)

bloc 2. développer son réseau professionnel (RP, Image de marque, Personal branding, Gestion de crise).

bloc 3. développer l'activité commerciale (Appels d'offres, Négociations complexes, Animation des ventes)

bloc 4. manager les équipes et les projets (Design organisationnel, Leadership, GEPP, Gestion de projet agile/hybride)

bloc 5. optimiser la performance et l'expérience client (Management du cycle de contrat, CX, Tableaux de bord)

Contenus hors bloc.

Excel avancé, Soft-skills et Mémoire professionnel, parcours thématiques

organisation de la formation.



805

heures de formation
minimum
hors travail personnel



5

blocs
de compétences



24

mois

en alternance

- contrat de professionnalisation /
contrat d'apprentissage
- 3 semaines en entreprise /
1 semaine de présentiel sur le campus
de Saint-Denis
- coût = gratuit pour les apprentis,
pris en charge par OPCO

en initial

- stage obligatoire 20 semaines en entreprise
ou stage alterné
- coût de la formation : 4800 euros TTC/an

Locaux accessibles aux personnes
en situation de handicap.

Responsable Santé-Social-Handicap au sein
de l'Établissement.



inscription.

admissions@imc.randstad.fr

01 53 32 53 00

15, rue des gazomètres/

276, avenue du président Wilson

93210 Saint-Denis



imc
par randstad.



imc.randstad.fr

Qualiopi
processus certifié