



## Manager de la Performance Marketing et Commerciale

Formation en alternance gratuite\* et rémunérée

### Les objectifs de la formation

Dans un environnement B to B ou B to B to C, les entreprises recherchent des professionnels qui ont une vision globale de leur activité et qui sont force de proposition pour améliorer leur performance marketing et commerciale.

Acquérir de nouveaux clients, fidéliser un portefeuille et développer de nouvelles opportunités en misant sur une stratégie marketing et commerciale performante, sur une meilleure adéquation des besoins et sur l'innovation produits / services sont des axes déterminants. Dans cette formation, la performance marketing et commerciale est au cœur des problématiques étudiées.

### PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

- Manager de projets commerciaux
- Responsable de la performance commerciale
- Responsable Grands Comptes
- Analyse comptes clés
- Manager marketing opérationnel
- Business Insights manager
- Manager de la relation client
- Ingénieur commercial
- Business developer

#### À terme :

- Directeur commercial
- Manager de la performance marketing et commercial
- Directeur de la relation client

### SECTEUR D'ACTIVITE

Les diplômés évoluent dans les secteurs de production et de services, en B to B ou en B to B to C

### DEROULEMENT DE LA FORMATION

- 3 ans après un Bac+2
- 2 ans après un Bac+3

Mois d'entrée : Septembre.  
Groupe : 20 à 25 alternants.

### ADMISSION

#### Pré-requis

- Être titulaire d'un diplôme Bac+2 pour intégrer la formation en 3 ans ou d'un diplôme Bac+3 pour intégrer la formation en 2 ans

#### Modalités d'inscription

- Etude du dossier
- Entretien de motivation
- Epreuve rédactionnelle
- Candidature en ligne  
[www.supdev.fr](http://www.supdev.fr)

### AIDE À LA RECHERCHE D'ENTREPRISE

- Séminaire de recherche d'entreprises
- Suivi personnalisé par un conseiller carrière dédié
- Mise en relation avec les partenaires de SUP de V : Job datings, plateforme de mise en relation

### EXPERIENCE ETUDIANT

- Badge'RSE : projet à impact et/ou Sullitest (test de connaissances en développement durable)
- DCF Challenge (concours des Dirigeants commerciaux de France)
- Possibilité de mobilité à l'international pendant 2 ans entre la 1ère et la 2ème année, avec l'accord de l'entreprise

#### Lieu

Paris

#### Rythme

1 semaine en formation  
2 semaines en entreprise



### LE DIPLÔME

"Manager en ingénierie d'affaires" est un titre reconnu par l'État au niveau 7 (Eu). Cette certification professionnelle délivrée par l'Ecole Supérieure de Vente et de Management de la CCI / SUP de V est enregistrée au Répertoire National des Certifications Professionnelles.  
Code RNCP : 35164



95 %

De réussite aux examens 2023



93 %

d'insertion professionnelle  
à 7 mois des diplômés 2022



### Qualités requises

Curiosité, écoute active, esprit d'équipe, rigueur, méthode et persévérance, aptitude à la communication orale et écrite, capacité à convaincre, capacité à prendre en compte l'environnement digital



## Contenu de la formation

### Manager l'information et les réseaux stratégiques :

#### Conduite d'une démarche d'intelligence économique et stratégique

- Enjeux stratégiques : leviers d'innovation, RSE, transformation digitale et expérience client, communication d'influence (lobbying, e-réputation), marketing stratégique, sécurité et protection de l'information
- Stratégie de marketing efficace : analyse des composantes d'une stratégie marketing, insights marché, positionnement de l'offre de produits / services, développement du capital marque, marketing de l'offre
- Analyse de la performance marketing : efficacité des actions, les data au service de la performance, tableaux de bord marketing
- Diagnostic de l'entreprise et de son marché

#### Constitution et animation des réseaux porteurs de développement commercial et de partenariats

- Analyse des caractéristiques sectorielles, création et animation de réseaux pour générer des partenariats et des gisements de valeurs

#### Elaborer une stratégie de développement marketing et commercial :

##### Conception d'un plan stratégique de détection et de développement des projets commerciaux

- Stratégies d'entreprise
- Stratégie marketing omnicanale centrée sur l'expérience client
- Spécificités du marketing des services
- Fondamentaux du Marketing digital
- Plan stratégique de développement commercial
- CRM et optimisation de la relation client  
Marchés publics
- Conquête et fidélisation des grands comptes

#### Développement d'une nouvelle activité

- Elaboration du business model, conduite d'étude de marché, création et animation d'un réseau de distributeurs et de partenaires commerciaux

#### Qualification des besoins et élaboration d'une offre commerciale complexe :

##### Elaboration d'une offre commerciale complexe

- Analyse des besoins, risques client, élaboration de l'offre commerciale, rentabilité d'un projet commercial

#### Négociation et contractualisation d'un projet commercial complexe

- Négociation
- Développer l'intelligence émotionnelle
- Contractualisation d'un projet commercial

#### Piloter la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de la stratégie commerciale : Suivre et évaluer des projets commerciaux

- Pilotage de projets commerciaux
- Analyse du parcours client et satisfaction client
- Analyse de la performance organisationnelle et financière de l'activité commerciale

#### Manager les équipes internes et contributeurs externes en environnement multiculturel

- Accompagner le développement des compétences et performances de l'équipe et les transformations (digitale, organisationnelle...), manager une équipe dans différents contextes (multiculturel, diversité)
- Optimiser son potentiel professionnel par le jeu théâtral et la gestion du stress
- Business English communication skills
- Développer l'innovation et la créativité par le design thinking

#### MODALITES D'EVALUATION

Epreuves formatives et certificatives permettant de valider les blocs de compétences.

Evaluations complémentaires tenant compte de la pratique professionnelle :

- Evaluation des périodes d'application en entreprise
- Elaboration d'un mémoire professionnel en lien avec les missions en entreprise
- Soutenance orale devant un jury de professionnels

#### METHODES PEDAGOGIQUES

- Cas d'entreprise
- Oraux de présentation à une organisation cliente
- Digital learning
- Participation à des évènements

#### EQUIPE PEDAGOGIQUE

L'école intègre une équipe pédagogique issue du monde professionnel qui fait le lien indispensable entre les exigences des entreprises et les méthodes et objectifs pédagogiques imposés par cette formation.

#### EXEMPLES DE TRAVAUX CONFIES EN ENTREPRISE PENDANT L'APPRENTISSAGE

Les missions se dérouleront dans un environnement B to B ou B to B to C

- Mesurer et analyser la performance du plan d'action marketing et commercial
- Développer les ventes B to B d'un secteur
- Conduire des actions de fidélisation pour développer le portefeuille client
- Mettre en place un parcours Expérience client et l'optimiser
- Animer un réseau de partenaires commerciaux
- Analyser la faisabilité de nouveaux projets commerciaux
- Construire une nouvelle offre commerciale
- Créer des outils marketing et commerciaux
- Améliorer le processus et les outils de relation client



### CONTACTS

Pour tout complément d'informations

- **Dorothee TOKIC**  
Manager de Programme  
01 39 10 78 78  
contact@supdev.fr
- **Relations entreprises**  
entreprise@supdev.fr

