

# BAC +5 MANAGER COMMERCIAL ET MARKETING

Le Bac+5 Manager Commercial et Marketing est **une formation de haut niveau** qui permet d'acquérir des compétences avancées en gestion d'affaires, en management et en stratégie d'entreprise. Cette formation vise à former **des managers polyvalents** et de futurs cadres, capable de diriger des projets complexes, de gérer des équipes et de développer des stratégies de croissance pour leur entreprise.

La pédagogie de cette formation repose sur **un apprentissage actif, basé sur des projets concrets, des simulations d'entreprise et des études de cas**. Les étudiants travaillent en équipe pour résoudre des problèmes réels, développer des projets innovants et mettre en pratique les connaissances acquises en cours. Les enseignements sont **dispensés par des professionnels de haut niveau, experts dans leur domaine**, qui partagent leur expérience et leur savoir-faire avec les étudiants.



## CONTACT

ISPAN LE HAVRE  
**99 rue du**  
**Général Hoche**  
02.35.25.07.68





## LES ORIENTATIONS

- Manager des affaires
- Business manager
- Key account manager
- Ingénieur de programme d'affaires
- Chef de projet d'ingénierie industrielle
- Ingénieur commercial
- Directeur commercial

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il donne accès au titre certifié au RNCP 35208 de niveau 7 « Manager Commercial et Marketing », date de l'enregistrement 20/01/2021 par EDUCSUP et permet de valider les compétences suivantes, en lien avec les attentes du marché :

### ■ BLOC 1 - ELABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING

Ce module aborde la réalisation d'une étude de marché. Dans le but d'organiser une veille technologique, commerciale, concurrentielle en collectant des données marketing fiables et pertinentes (réseau, clientèle, partenaires...). Fixation des objectifs du champ de l'étude de marché (données qualitatives et quantitatives). Être en mesure d'identifier les marchés cibles potentiels France ou International en analysant l'évolution de l'offre et de la demande et de diagnostiquer les forces et les faiblesses internes et externes de l'entreprise face à chaque marché cible et ses concurrents. Il aborde également la réalisation d'un plan marketing (plan de communication traditionnel et digital inclus), dans le but de préconiser une stratégie commerciale, France ou international, en intégrant l'environnement de l'entreprise.

### ■ BLOC 3 - MANAGER UNE ÉQUIPE ET UN RÉSEAU COMMERCIAL

Ce module aborde le management d'une équipe commerciale, l'encadrement et animation d'un réseau commercial, notamment gérer les ressources humaines (recrutement, évaluation, formation, gestion du stress) en intégrant le contexte interculturel, la politique RSE, éco responsable, non discriminante (égalité femmes/hommes, handicap, diversité...) et les risques psychosociaux. Animer, motiver les équipes et créer du leadership pour réaliser les objectifs commerciaux fixés. Développer et animer un réseau commercial (distributeurs, revendeurs, agents commerciaux, franchisés, filiales, y compris international...) pour les faire adhérer à la politique commerciale. Il permet de travailler sur le management d'un projet entrepreneurial afin de définir un projet entrepreneurial sous tous ses aspects humain, marketing, juridique, financier et budgétaire.

### ■ BLOC 2 - METTRE EN OEUVRE LA POLITIQUE COMMERCIALE

Ce module aborde l'élaboration du plan d'action commercial par produits/services/marchés. Il permet d'être en mesure d'établir le budget des actions commerciales, de promotion et de communication en s'appuyant sur les objectifs commerciaux et la politique de prix. Définir et mettre en œuvre les actions commerciales pour chacun des canaux de distribution : digitaux (sites internet, réseaux sociaux...) et traditionnels (appels d'offres, réseaux et apporteurs d'affaires, salons...). Il aborde également le pilotage des opérations commerciales, tel que l'organisation du plan de prospection commerciale adéquate (terrain, téléphonique, emailing, web-marketing, salons, information issue des veilles...). La négociation avec les partenaires et réseaux commerciaux (agents, distributeurs, franchisés, licenciés, sous-traitants, fournisseurs...) et finaliser le contrat avec le service juridique.

### ■ BLOC 4 - MESURER LA PERFORMANCE COMMERCIALE

Ce module permet de travailler sur la mise en place et suivi des outils de reporting, synthétiser les résultats commerciaux en s'appuyant sur des outils de pilotage de l'activité commerciale traditionnelle et digitale. Maîtriser les outils de suivi de la relation client, de CRM et d'outils de reporting, y compris de marketing digital, créer des outils d'indicateurs de satisfaction clients et concevoir des indicateurs pour piloter l'action commerciale afin d'analyser les écarts et proposer des axes d'amélioration. Contrôle et mesure des résultats commerciaux en calculant les marges commerciales et la rentabilité financière de son activité.

Prérequis : Titulaire d'un Bac+3. Objectifs : Elaborer la stratégie commerciale et marketing, mettre en œuvre la politique commerciale, manager une équipe et un réseau commercial et mesurer la performance commerciale. Durée : 1012 heures. Modalités et délais d'accès : Recrutement sur entretien dès janvier, rentrée en septembre. Tarifs : 5390€ par an en Initial ou 0€ en Alternance (prise en charge par l'entreprise). Méthodes mobilisées : Présentiel et moyen informatique mise à disposition. Modalités d'évaluation : CCF, épreuves ponctuelles et examen final. Accessibilité : Accès au personne en situation de handicap.