



L'école
plus
que

BUSINESS SCHOOL

Catalogue de programmes 2024 / 2025

“WHEN
WRITING THE
STORY OF
YOUR LIFE,
DON'T LET
ANYONE ELSE
HOLD
THE PEN.”

DRAKE

* Quand tu écris l'histoire de ta vie, ne laisse personne d'autre tenir le stylo.

BAC +5

MANAGEUR·SE DE COMMERCE ET DE CENTRE DE PROFIT



Définissez la meilleure stratégie d'entreprise. Déployez les différents plans d'action pour guider l'ensemble de vos équipes dans la transformation de l'entreprise. Votre objectif : diriger, créer ou reprendre une entreprise pour ensuite manager sa performance à court, moyen et long terme. Vos capacités de créativité et d'innovation sont vos atouts. Toutes les fonctions de l'entreprises vous intéressent et vous êtes un·e dirigeant·e dans l'âme.

Métiers visés

- Directeur·rice, responsable de réseau, d'agence ou de business unit.
- Manageur·se retail et expérience clientèle.
- Manageur·se du commerce.
- Manageur·se e-commerce.
- Manageur·se opérationnel·le d'entité commerciale.
- Manageur·se animateur·rice de franchise, de la performance magasin.
- Directeur·rice de commerce ou de magasin.
- Manageur·se de centre-ville.
- Directeur·rice adjoint·e.
- Chef·fe de projet / animateur·rice de réseau.
- Consultant·e, développeur·se commercial·e / animation des ventes.

OBJECTIFS

Le Manageur ou la Manageuse de Commerce et de Centre de profit (MCCP) doit prendre les initiatives adaptées à la conquête de parts de marché dans sa zone commerciale, pour conforter et développer l'image et l'impact de l'unité commerciale auprès de la clientèle et des prospects.

Il ou elle manage ses équipes, source, recrute, intègre, forme, mobilise, évalue, développe en maintenant un climat social propice à l'essor commercial et marketing de l'entité. Il ou elle pérennise l'exploitation, suit et analyse la performance (CA, EBIT, Cash-flow, Satisfaction Clientèle), met en place les actions adéquates afin d'assurer le développement et l'optimisation des ressources confiées. Il ou elle gère les dimensions juridique, assurancielle, immobilière et réglementaire relatives à la structure, et la mise en œuvre des dispositions légales. Spécialiste de l'organisation transversale, elle ou il gère à la fois les aspects managériaux, financiers, administratifs et commerciaux, en cohérence avec la politique et la stratégie générale de l'entreprise. Il ou elle incarne sa stratégie globale et représente l'enseigne auprès de l'ensemble des instances locales, intégrant la RSE et l'inclusion dans ses pratiques et les incarnant dans son discours commercial.

LES + DE LA FORMATION

- Diplôme **reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 24 mois.
- Enseignement **pluridisciplinaire.**
- Taux de réussite : **96%.**
- Taux de satisfaction : **95%.**
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **79%.**

Modalités de la formation



Durée :
24 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port
Saint-Pierre et Rodez.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant
la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

DEFINIR LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING D'UNE ENTITÉ COMMERCIALE

- Identification des besoins et analyse stratégique.
- Proposition d'une démarche stratégique commerciale et marketing.
- Définition du plan d'action stratégique commercial.
- Élaboration d'un plan marketing.

PILOTER LA STRATÉGIE ET LA PERFORMANCE GLOBALE D'UNE ENTITÉ COMMERCIALE

- Définition des objectifs et des indicateurs clés.
- Animation du plan d'action auprès des parties prenantes.
- Analyse de la rentabilité et de la performance du centre de profit.
- Évaluation des risques et des actions de prévention.
- Prise en compte des risques techniques liés au site et à l'exploitation.

MANAGER LES RESSOURCES HUMAINES DE L'ENTITÉ COMMERCIALE

- Mise en œuvre du recrutement de son équipe.
- Application du droit social et droit du travail au sein du centre de profit.
- Développement de la performance des collaborateurs.
- Prévention des litiges et contentieux dans le centre de profit.
- Contrôle du développement commercial et financier de l'entreprise.

CONDUIRE ET ENCADRER DES PROJETS AU SEIN D'UNE ENTITÉ ET/OU D'UN ESPACE COMMERCIAL

- Définition du périmètre d'un projet au sein d'une entité et d'un espace commercial.
- Organisation et planification d'un projet de développement de l'entité commerciale (modernisation, digitalisation, revitalisation...).
- Gestion des contrats et des baux dans les projets au sein d'une entité commerciale.
- Gestion d'un plan de communication des projets d'un commerce, entité ou centre de profit.
- Développement des attitudes et postures projet.

MANAGER ET PILOTER UNE ORGANISATION EFFICIENTE

- Mise en œuvre des bonnes pratiques et outils collaboratifs et managériaux.
- Management au quotidien de la performance de son équipe.
- Développement de son efficacité managériale.
- Pilotage des objectifs commerciaux, économiques, écologiques et sociaux (esg) de l'entité commerciale.

MANAGER LA TRANSFORMATION ET LA REVITALISATION DES POLARITÉS COMMERCIALES (OPTIONNEL)

- Élaboration de la stratégie de développement et de revitalisation de l'activité commerciale et artisanale d'un centre-ville (polarité commerciale/centre-ville).
- Coordination des outils et dispositifs de développement et de revitalisation.
- Organisation et management des structures multi-partenariales au service du développement du centre-ville/polarités commerciales.
- Animation du centre-ville pour augmenter son attractivité commerciale.

MANAGER DES COMMERCES EN RÉSEAU ET EN FRANCHISE (OPTIONNEL)

- Élaboration de la politique réseau ou franchise en intégrant une approche transformationnelle digitale et écologique.
- Coordination des moyens et dispositifs de développement du réseau.
- Supervision et animation d'un réseau dans le respect du concept, de la stratégie et de la déontologie.
- Préparation, exécution et réalisation du budget dans le respect de la politique du groupe et des orientations données.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Évaluations en cours de formation et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +3 pour intégrer la première année ou d'un BAC +4 pour intégrer directement la deuxième année. Ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

BAC +5

**MANAGEUR·SE DE LA STRATÉGIE
ENVIRONNEMENTALE ET RSE**

Métiers visés

- Manager-se ou chef-fe de projet RSE.
- Chargé-e de mission RSE.
- Responsable RSE.
- Consultant-e développement durable.
- Responsable économie circulaire et valorisation.
- Chargé-e de développement transition écologique.



Tu es convaincu·e que les entreprises ont un rôle à jouer dans la transition écologique ? Que la RSE (maintenant aussi appelée RSO) et l'économie circulaire sont des enjeux stratégiques, une réelle source d'attractivité et de développement durable ? Rejoins notre BAC +5 Manager-se de la stratégie environnementale et RSE, pour agir de manière proactive en faveur de la transformation des organisations.

OBJECTIFS

Ce programme forme les manager-ses de demain pour :

- Définir la stratégie RSO ou économie circulaire de l'entreprise.
- Gérer et piloter les flux d'activité liés au déploiement d'une démarche d'économie circulaire.
- Innover pour des pratiques inspirantes.
- Manager des équipes pluridisciplinaires.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- Formation en alternance sur **24 mois.**
- Fresque **éducative.**
- **Business Games.**
- Jeux de rôle en **situation professionnelle.**
- Modules : écologie industrielle, finance verte, achat durable, HEP.
- Habilitation Bilan Carbone de **l'ADEME.**

Modalités de la formation



Durée :
24 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieu :
Le Port.



Rentrée :
octobre

Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Évaluations en cours de formation et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

1ÈRE ANNÉE

BLOC 1 : DÉFINITION DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

- Définition de la stratégie environnementale et de la RSE.
- Conception et coconstruction avec les parties prenantes d'une politique RSE.
- Gestion et pilotage des flux d'activités liés à la démarche RSE et aux impacts environnementaux.
- Conduite d'un projet RSE.
- Management d'équipes pluridisciplinaires.
- Droit et action publique territoriale et environnementale.
- Panorama des réglementations sociales et environnementales.
- Histoire d'une prise de conscience.
- Histoire contexte et fondamentaux de l'EC.
- Stratégie d'entreprise et Business Models responsables.

BLOC 2 : CONCEPTION ET COCONSTRUCTION AVEC LES PARTIES PRENANTES

- Norme ISO 26000.
- Animation et outils de créativité.
- Démarche de l'innovation.
- Etude de marché.
- Cartographie des acteurs et des parties prenantes.

BLOC 3 : GESTION ET PILOTAGE DES FLUX D'ACTIVITÉS

- Diagnostic financier (les fondamentaux).
- Management responsable – Organisation et capital immatériel, marketing et commercial responsables.
- Communication responsable : enjeux de la Qualité de Vie et des Conditions au Travail.

BLOC 4 : CONDUITE DE PROJET

- RSO à l'international, l'EC à l'international.
- Fondamentaux de la gestion de projet.
- Reporting et KPI : les indicateurs de performance.
- English.

BLOC 5 : MANAGEMENT ET ANIMATION DES ÉQUIPES PROJET PLURIDISCIPLINAIRE

- Dynamique de groupe.
- Ethique professionnelle et RSO.
- Management interculturel
- Fondamentaux des sciences dans le développement durable Méthodologie de mémoire.
- Bilan carbone.
- HEP : Coopération.

2È ANNÉE

BLOC 1 : DÉFINITION DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT D'UNE DÉMARCHE DURABLE

- Normes et labels.
- Politique RSE et parties prenantes « Économie de la fonctionnalité et de la coopération ».
- Responsabilité Élargie des Producteur-rices (REP) et Gestion des déchets.
- Numérique responsable.
- Méthodologie de mémoire.

BLOC 2 : GESTION ET PILOTAGE DES FLUX D'ACTIVITÉS LIÉS AU DÉVELOPPEMENT D'UNE DÉMARCHE DURABLE

- Critères ESG – Finance verte.
- Écologie Industrielle et Territoriale (EIT)
- Sourcing durable.
- Achats durables.
- ACV et écoconception pilotage et création de valeur.

BLOC 3 : CONDUITE DE PROJETS À IMPACTS SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

- Projet RSO – Rapport extra-financier.

BLOC 4 : MANAGEMENT ET ANIMATION DES ÉQUIPES PROJET PLURIDISCIPLINAIRE

- Leadership (module HEP).
- Posture du ou de la manager-se responsable.
- Conduite du changement.
- Gestion de crise.
- Conférences.
- Anglais.
- Droit de l'environnement.

HORS BLOCS DE COMPÉTENCES

- Fondamentaux des sciences dans le développement durable.
- Méthodologie de mémoire.
- Bilan carbone.
- HEP : Coopération.
- Conférences.
- Anglais.
- Droit de l'environnement.

COMPÉTENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI

- Définir et mettre en place une stratégie RSE ou d'économie circulaire pour une entreprise ou un territoire.
- Gérer et piloter les flux d'activité liés au déploiement d'une démarche d'économie circulaire.
- Innover pour des pratiques inspirantes.
- Déployer des politiques responsables.
- Manager des équipes pluridisciplinaires.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +3 pour intégrer la première année ou d'un BAC +4 pour intégrer directement la deuxième année. Ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

Cette formation prépare à la certification professionnelle de niveau 7 « Manager-se de projets nationaux et internationaux des organisations ». Certification enregistrée au RNCP34350, publiée au Journal Officiel du 16/12/2019. Certificateur : PROMOTION DES TECHNIQUES INTERNATIONALES DE MANAGEMENT. Référentiel de formation disponible sur demande et consultable sur www.francecompetences.fr : RNCP34350. Possibilité de valider un ou des blocs de compétences. Formation accessible aux personnes handicapées. Les équivalences passerelles et suites de parcours possibles ainsi que les taux de poursuite d'études, d'insertion professionnelle et d'interruption en cours de formation sont consultables sur demande. Tarif et CGV : nous consulter. Financement par les opérateurs de compétences. Dispositifs : contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation, PRO-A, financement personnel. Mise à jour des informations : 2024.

BAC +3

**RESPONSABLE BUSINESS
ET MARKETING**

Métiers visés

- Responsable commercial-e et marketing.
- Responsable commercial-e / ou de service commercial.
- Ingénieur-euse commerciale.
- Responsable marketing ou responsable marketing opérationnel.
- Marketing manager-se.
- Responsable / Chef-fe de projet commercial et/ou marketing.
- Responsable du développement commercial et/ou marketing.
- Responsable commercial-e Grands Comptes, Key Account Manager-se.
- Responsable ou chef-fe de secteur.
- Responsable des ventes / Responsable administration des ventes.

OBJECTIFS

Le ou la responsable business et marketing assure principalement les activités suivantes :

- Mettre en œuvre et piloter la politique commerciale et marketing de l'entreprise conformément aux orientations stratégiques, aux objectifs de rentabilité à atteindre et aux budgets définis par la direction générale.
- Déployer une stratégie de gestion et de fidélisation de la relation clientèle afin de rentabiliser les engagements de dépenses (en acquisition, en conversion) et assurer une base de business stable à moyen terme.
- Gérer et optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing de l'entreprise afin de suivre et d'améliorer la marge commerciale.
- Détecter, développer et superviser les projets d'affaires à entreprendre, dans l'optique d'accroître le volume des ventes auprès de la clientèle dans le respect des choix établis par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise.
- Manager et animer les équipes commerciales et/ou marketing dans un esprit de performance économique et sociale.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
 - **Formation en alternance** sur 12 mois.
-

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port
et Saint-Pierre.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant
la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

- Études et recherches marketing.
- Marketing fondamental.
- Stratégie omnicanale.
- Analyse des données commerciales / indicateurs commerciaux.
- Techniques de négociation commerciale.
- Politique innovation produits et services.
- Système information / ERP.
- Relations externes entreprise - image de marque.

GESTION ET FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Management relation clientèle / culture clientèle.
- Profil clientèle / satisfaction et fidélisation clientèle / politique qualité.
- Marketing digital / fidélisation digitale.
- Gestion des contrats de vente / administration des ventes.

MANAGEMENT OPÉRATIONNEL

- Gestion des stocks.
- Merchandising.
- Veille stratégique et nouveaux produits.
- Expérience clientèle RETAILUX.
- Médiation en entreprise / Management de la diversité et l'inclusion.
- Management hybride et à distance (management d'une équipe dispersée...).

GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Diagnostic activité commerciale / budgets et tableaux de bord commerciaux / business plan / risque clientèle.
- Cadre juridique des opérations commerciales et marketing.

DÉTECTER ET DÉVELOPPER DES PROJETS D'AFFAIRES

- Projet de développement commercial et marketing / mémoire.
- Veille marketing et diagnostic.
- Stratégie ciblage / plan d'action commercial.
- Politique partenariale / réseaux / développement projet.
- Appels d'offres - méthodologie et cadre juridique.
- Business English / English negotiation.

MANAGER ET ANIMER DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET/OU MARKETING

- Management d'équipes commerciales.
- Introduction GRH (Gestion des Ressources Humaines) opérationnelle - recrutement.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

BAC +3

RESPONSABLE D'ACTIVITÉ COMMERCIALE ET MARKETING DIGITAL

OBJECTIFS

Le ou la responsable d'activité commerciale et marketing digital assure principalement les activités suivantes :

- Mettre en pratique et diriger la politique commerciale et marketing digital de l'entreprise, en alignement avec les orientations stratégiques digitales et e-réputation les objectifs de rentabilité et les budgets établis par la direction générale.
- Développer la culture digitale et la fidélisation de la clientèle pour maximiser le rendement des investissements (acquisition, conversion) et garantir une base commerciale stable à moyen terme.
- Gérer et optimiser la gestion des activités commerciales et marketing digital de l'entreprise pour suivre et améliorer la marge commerciale.
- Identifier, développer et superviser les projets d'affaires visant à améliorer le SEO en respectant les décisions prises par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise.
- Encadrer et dynamiser les équipes commerciales et/ou marketing (*community management, traffic management*) en favorisant la performance économique et sociale.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

Métiers visés

- Responsable d'activité commerciale et marketing digital.
- Responsable d'activité commerciale / ou de service commercial.
- Responsable marketing ou responsable marketing digital.
- Chef-fe de produit digital.
- Responsable du développement commercial et/ou marketing digital.
- Responsable e-commerce et marketing digital.
- Traffic manager-se.

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en
formation,
4 jours par semaine
en entreprise.
Quelques périodes de
regroupement.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port
et Saint-Pierre.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant
la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

- Études et recherches marketing.
- Marketing fondamental.
- Stratégie omnicanale.
- Analyse des données commerciales / indicateurs commerciaux.
- Techniques de négociation commerciale.
- Politique innovation produits et services.
- Système information / ERP.
- Relations externes entreprise - image de marque.

GESTION ET FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Management relation clientèle / culture clientèle.
- Profil clientèle / satisfaction et fidélisation clientèle / politique qualité.
- Marketing digital / fidélisation digitale.
- Gestion des contrats de vente / administration des ventes.

PERFORMANCE ET STRATÉGIE EN MARKETING DIGITAL

- Stratégie digitale et e-réputation.
- Culture digitale.
- Community management.
- SEO (search engine optimization) : optimisation pour les moteurs de recherche.
- Traffic management : analyse statistique du comportement des internautes.
- Métier des influenceur-ses.

GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Diagnostic activité commerciale / budgets et tableaux de bord commerciaux / business plan / risque clientèle.
- Cadre juridique des opérations commerciales et marketing.

DÉTECTER ET DÉVELOPPER DES PROJETS D'AFFAIRES

- Projet de développement commercial et marketing / mémoire.
- Veille marketing et diagnostic.
- Stratégie ciblage / plan d'action commerciale.
- Politique partenariale / réseaux / développement projet.
- Appels d'offres - méthodologie et cadre juridique.
- Business English / English negotiation.

MANAGER ET ANIMER DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET/OU MARKETING

- Management d'équipes commerciales.
- Introduction GRH (Gestion des Ressources Humaines) opérationnelle - recrutement.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

Cette formation prépare au diplôme de niveau 6, « Responsable d'activité commerciale et marketing ». Certification enregistrée au RNCP38808, publiée au Journal Officiel du 27/03/2024. Certificateur : INSTITUT INTERNATIONAL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT. Référentiel de formation, passerelles et équivalences sont disponibles sur demande et consultables sur www.francecompetences.fr : RNCP38808. Possibilité de valider un ou des blocs de compétences. Formation accessible aux personnes handicapées. Les taux de poursuite d'études, d'insertion professionnelle et d'interruption en cours de formation sont consultables sur demande. Tarif et CGV : nous consulter. Financement possible par les opérateurs-rices de compétences. Dispositifs : contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation, PRO-A, financement personnel. Mise à jour des informations : 2024.

BAC +3

MANAGEUR·SE OPÉRATIONNEL·LE DE BUSINESS UNIT

Le programme «**Manager·se opérationnel·le de Business Unit**» est un tremplin vers une carrière dynamique et stratégique. Grâce à des enseignements ciblés et une approche pratique, tu développeras des compétences essentielles pour diriger efficacement une unité opérationnelle, atteindre les objectifs stratégiques qui te seront fixés et exceller dans le monde des affaires.

OBJECTIFS

Ayant une parfaite connaissance de son secteur, des produits et/ou des prestations délivrées par son unité, les actions du ou de la **Manager·se opérationnel·le de Business Unit** sont centrées sur le développement de ceux-ci, d'un point de vue stratégique et financier. En fonction de la politique définie par la direction générale, il ou elle organise le fonctionnement de son entité, définit la stratégie de développement opérationnel et le plan d'actions commercial à mener, pilote les dimensions liées au marketing et à la communication, et gère la politique de vente, d'achat et de gestion des stocks. Responsable juridiquement, le ou la **Manager·se opérationnel·le de Business Unit** veille au respect des réglementations en vigueur dans la gestion de toutes ses activités et le management du personnel. Il ou elle assure la gestion budgétaire, financière et administrative de sa structure, met en œuvre les actions correctrices nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés et rend compte de son activité et des résultats atteints à la direction générale. Le ou la **Manager·se opérationnel·le de Business Unit** a une vision globale sur l'ensemble des activités qu'il ou elle supervise, aidé·e par une équipe pouvant être constituée de quelques collaborateur·rices à plusieurs dizaines de salarié·es. Il ou elle constitue et développe un portefeuille clientèle, et veille au maintien d'un réseau de partenaires, de fournisseurs, de sous-traitant·es ou d'intermédiaires, qui contribuent de façon directe ou indirecte au développement

de son activité. Au regard des objectifs commerciaux qu'il ou elle doit atteindre, le ou la **Manager·se opérationnel·le de Business Unit** fidélise ses cibles afin de sécuriser son chiffre d'affaires. Attentif·ve au marché et aux évolutions impactant sur ses prestations et sur les comportements des publics, il ou elle peut être amené·e à concevoir et commercialiser de nouvelles offres. Il ou elle développe et pérennise une relation de confiance avec ses client·es, auprès de qui il ou elle se positionne en tant que conseil afin de leur proposer des solutions adaptées à leurs besoins.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.
- Mise en place d'un projet en **grandeur réelle.**



Métiers visés

- Chef·fe d'agence.
- Responsable de centre de profit.
- Responsable d'entité.
- Directeur·rice de centre de profit.
- Directeur·rice adjoint·e de PME/PMI.
- Directeur·rice d'agence.
- Responsable d'agence.
- Business Manager.
- Responsable de Petite ou Moyenne Entreprise - PME.

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieux :
Saint-Denis et
Saint-Pierre.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant
la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

MANAGEMENT ET LEADERSHIP

- Principes du management et théories du leadership.
- Techniques de motivation et gestion d'équipe.
- Développement de compétences en prise de décision et résolution de problèmes.

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

- Analyse de l'environnement concurrentiel et identification des opportunités et des menaces.
- Planification stratégique et formulation d'objectifs stratégiques.
- Développement de compétences en analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) et en élaboration de plans d'action.

GESTION DES OPÉRATIONS

- Optimisation des processus opérationnels.
- Utilisation des méthodes de gestion de la qualité et de l'amélioration continue.
- Gestion de la chaîne d'approvisionnement et logistique.

GESTION FINANCIÈRE

- Principes de la comptabilité et de la finance d'entreprise.
- Élaboration et analyse de budgets.
- Évaluation des investissements et prise de décisions financières.

MARKETING ET VENTE

- Compréhension des concepts de base du marketing.
- Développement de stratégies de segmentation, de ciblage et de positionnement.
- Techniques de vente et de négociation.

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- Recrutement, formation et développement des talents.

- Gestion des performances et évaluation des employés.
- Gestion des conflits et développement d'un environnement de travail inclusif.

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS

- Encouragement de la créativité et de l'innovation au sein de l'unité opérationnelle.
- Développement de nouveaux produits ou services.
- Gestion du cycle de vie des produits.

COMMUNICATION ET NÉGOCIATION

- Développement de compétences en communication interpersonnelle et interculturelle.
- Techniques de négociation et de résolution de conflits.
- Gestion de la communication en situation de crise.

DROIT DES AFFAIRES ET ÉTHIQUE

- Connaissances des principes juridiques régissant les activités commerciales.
- Responsabilité sociale des entreprises et éthique professionnelle.
- Gestion des risques et conformité réglementaire.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 ou 120 ECTS.

BAC +3

LICENCE PROFESSIONNELLE MANAGEMENT DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

Diplôme universitaire préparant aux injonctions de management et de gestion.



Métiers visés

- Chef-fe des ventes / de secteur.
- Responsable point de vente.
- Déléguée commercial-e sédentaire.
- Responsable administratif-ve.
- Animateur-riche commercial-e.

OBJECTIFS

La Licence professionnelle « Management des activités commerciales » a pour vocation de former des collaborateurs et collaboratrices immédiatement opérationnel-les, capables d'évoluer vers des fonctions de management et de gestion.

La formation prépare les étudiant-es à :

- Acquérir une première expérience d'organisation et de gestion d'une entreprise ou d'un centre de profit.
- Savoir analyser une entreprise et son environnement socio-économique, juridique et technologique.
- Être capable d'analyser la situation organisationnelle, commerciale et financière d'une entreprise ou d'un centre de profit.
- Être capable d'animer, de motiver, de former et de diriger une équipe.
- Savoir communiquer en utilisant en particulier les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme universitaire reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.
- En partenariat avec l'Université Bretagne Sud, **1^{er} université de France pour l'insertion professionnelle.**
- Mise en place d'un projet en grandeur réelle.
- Taux de réussite : **98%.**
- Taux de satisfaction : **98%.**
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **53%.**

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port et Saint-Pierre.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

GESTION

- Environnement juridique social & commercial.
- Stratégie d'entreprise.
- Comptabilité & contrôle de gestion.
- Gestion informatisée & e-commerce.
- Management & conduite de projets commerciaux.
- Gestion de la qualité.

COMMERCE

- Marketing opérationnel.
- Communication commerciale.
- Gestion de la clientèle.
- Négociation commerciale achat vente.
- Anglais commercial.

MANAGEMENT

- Gestion des ressources humaines.
- Stratégies commerciales.
- Organisation & efficacité commerciales.
- Management de la force de vente.
- Communication interpersonnelle.

PROJET TUTORÉ

Préparation & accompagnement au projet.

MÉMOIRE

Préparation & accompagnement au mémoire.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC + 2 ou 120 ECTS : L2 (AES, droit, gestion, économie), BTS NDRC, BTS MCO, BTS Commerce international...



BAC +3

BUSINESS DEVELOPER

Faites la différence en vous spécialisant **en vente et négociation**.
Une formation qui prépare au métier de négociateur-riche B to B.

OBJECTIFS

Le métier de Business Developer est un métier en tension. Selon les DCF (Dirigeants Commerciaux de France), il manque 200 000 commerciales et commerciaux en France. En période de crise économique, la fonction est cruciale pour assurer la survie des entreprises. En période de croissance elle l'est tout autant pour répondre aux besoins des entreprises et accompagner cette croissance.

Le BAC + 3 « Responsable du développement des affaires » permet d'acquérir l'ensemble des compétences pour mener en autonomie des négociations complexes auprès d'une clientèle professionnelle.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- Formation en **alternance sur 12 mois.**
- **10e au classement eduniversal.**
- Taux de réussite : **82%**.
- Taux de satisfaction : **98%**.
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **63%**.

Métiers visés

- Ingénieur-e commercial-e.
- Technico-commercial-e.
- Responsable grands comptes.
- Responsable commercial-e.
- Chargé-e d'affaires.



Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en
formation,
4 jours par semaine
en entreprise.
Quelques périodes de
regroupement.



Lieux :
Le Port et Rodez.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant
la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

EFFICACITÉ COMMERCIALE

- Techniques de négociation.
- Négociation complexe & raisonnée.
- Négociation grands comptes.
- Propositions commerciales.
- Techniques d'achat.
- Téléphone commercial.
- Marketing direct.
- E-marketing.
- Organisation commerciale.

ÉCONOMIE & MANAGEMENT COMMERCIAL

- Marketing stratégique.
- Management stratégique d'entreprise.
- Gestion & finance.
- Droit des affaires.
- Management commercial.
- Commerce international.
- Informatique bureautique.
- Anglais.

COMPÉTENCES TRANSVERSALES

- Savoir-être professionnel.
- Constitution & dynamique de groupes.
- Communication orale & écrite.
- Géopolitique.
- Techniques de scène & savoir « pitcher ».
- Responsabilité sociétale & environnementale des entreprises (RSE).

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 : L2 (AES, droit, gestion, économie), BTS NRC, BTS MUC, BTS Commerce international...



BAC +3 RESPONSABLE D'ÉTABLISSEMENT MARCHAND

Deviens un·e acteur·rice clé·e du développement commercial !

OBJECTIFS

Notre programme BAC +3 « Responsable d'établissement marchand » te prépare à devenir un·e professionnelle polyvalent·e, capable de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies de management commercial efficaces. Tu développeras les compétences nécessaires pour analyser les marchés, piloter des projets commerciaux, et dynamiser les ventes, tout en renforçant ta capacité à innover et à t'adapter aux évolutions du marché.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- Formation **en alternance sur 12 mois.**
- Ouverture à l'international.

Métiers visés

- Gérant·e de magasin.
- Directeur·rice / responsable de boutique.
- Directeur·rice de grande surface ou supermarché.
- Directeur·rice de supermarché de proximité.
- Responsable de surface de vente.
- Responsable / animateur·rice de réseau.
- Responsable de département.
- Responsable e-commerce.
- Gestionnaire de centre de profit.





Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port et Saint-Pierre.



Rentrée :
à compter de mars 2025,
puis inscription tout au long de l'année.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

BLOC 1 : COORDONNER ET AMÉLIORER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DE L'ÉTABLISSEMENT MARCHAND

- Gérer la chaîne d'approvisionnement de l'établissement marchand.
- Piloter l'offre commerciale de l'établissement marchand.
- Bâtir et développer l'expérience clientèle.

BLOC 2 : CONTRIBUER AUX ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DE L'ENSEIGNE ET OPTIMISER LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'ÉTABLISSEMENT MARCHAND

- Contribuer aux orientations stratégiques de l'enseigne.
- Etablir et présenter les prévisionnels de l'établissement marchand.
- Analyser les performances de l'établissement marchand et définir les actions correctives.

BLOC 3 : MANAGER LES SALARIÉ-ES DE L'ÉTABLISSEMENT MARCHAND

- Piloter les processus de recrutement et d'intégration des salarié-es de l'établissement marchand.
- Optimiser la performance collective des équipes et la performance individuelle des salarié-es de l'établissement marchand.
- Manager l'activité quotidienne de l'établissement marchand et favoriser la cohésion des équipes.
- Mobiliser les équipes dans la gestion des projets de l'établissement marchand.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les modules peuvent se dérouler en présentiel ou en visio-conférence. Des contenus pédagogiques en e-learning peuvent compléter les apports des modules.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un diplôme ou Titre de niveau 5 (BAC +2) ou de 120 crédits ECTS ou de niveau 4 (BAC) avec 3 ans d'expériences professionnelles (avis de la commission pédagogique requis, VAP obligatoire).

BAC +3

**RESPONSABLE D'ACTIVITÉ COMMERCIALE
ET MARKETING AUTOMOBILE**

Métiers visés

- Responsable d'activité commerciale et marketing automobile.
- Responsable d'activité commerciale / ou de service commercial secteur automobile.
- Ingénieur-se commerciale en automobile.
- Responsable d'activité marketing ou responsable marketing automobile.
- Chef-fe de produit automobile.
- Responsable / Chef-fe d'activité commerciale et/ou marketing automobile.
- Responsable du développement commercial et/ou marketing automobile.
- Responsable d'activité commerciale Grands Comptes, Key Account Manager.
- Responsable ou chef-fe de secteur automobile.
- Responsable des ventes / Responsable administration des ventes.
- Responsable de la relation clientèle / Manageur-se de la relation clientèle / Responsable Clientèle.
- Conseiller-ère clientèle secteur automobile.

OBJECTIFS

Le ou la responsable d'activité commerciale et marketing automobile assure principalement les missions suivantes :

- Mettre en pratique et diriger la politique commerciale et marketing de l'entreprise du secteur automobile, en accord avec les orientations stratégiques, les objectifs de rentabilité et les budgets définis par la direction générale.
- Déployer une stratégie de gestion et de fidélisation de la clientèle afin de maximiser les dépenses engagées (acquisition et conversion) et stimuler les ventes de véhicules.
- Gérer et optimiser la gestion financière et juridique des activités commerciales et marketing automobile de l'entreprise pour suivre et améliorer la marge commerciale.
- Identifier, développer et superviser les projets d'affaires visant à accroître le volume des ventes automobiles auprès de la clientèle, conformément aux choix établis par la direction commerciale et/ou marketing de l'entreprise.
- Encadrer et motiver les équipes commerciales et/ou marketing du secteur automobile, en veillant à la performance économique et sociale.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en
formation,
4 jours par semaine
en entreprise.
Quelques périodes de
regroupement.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port
et Saint-Pierre.



Rentrée :
septembre
Inscription jusqu'à 15 jours avant
la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

MISE EN ŒUVRE ET PILOTAGE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MARKETING

- Études et recherches marketing.
- Marketing fondamental.
- Stratégie omnicanale.
- Analyse des données commerciales / indicateurs commerciaux.
- Techniques de négociation commerciale.
- Politique innovation produits et services.
- Système information / ERP.
- Relations externes entreprise - image de marque.

GESTION ET FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Management relation clientèle / culture clientèle.
- Profil clientèle / satisfaction et fidélisation clientèle / politique qualité.
- Marketing digital / fidélisation digitale.
- Gestion des contrats de vente / administration des ventes.

VENTE ET MARKETING AUTOMOBILE

- Prospection clientèle par téléphone.
- Prospection clientèle professionnelle sur le terrain.
- Plans d'actions de prospection et de fidélisation pour développer les ventes de véhicules.
- Compréhension de la chaîne des acteurs de la distribution automobile.
- Cadre juridique et administratif de la commercialisation de véhicules automobiles/ fiscalité automobile (leasing).
- Présentation d'un véhicule de façon statique et dynamique.
- Vente de produits périphériques et solutions financières liées à la vente de véhicules automobiles.
- Reprise d'un véhicule automobile d'occasion.

GESTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Diagnostic activité commerciale / budgets et tableaux de bord commerciaux / business plan / risque clientèle.
- Cadre juridique des opérations commerciales et marketing.

DÉTECTER ET DÉVELOPPER DES PROJETS D'AFFAIRES

- Projet de développement commercial et marketing / mémoire.
- Veille marketing et diagnostic.
- Stratégie ciblage / plan d'action commerciale.
- Politique partenariale / réseaux / développement projet.
- Appels d'offres - méthodologie et cadre juridique.
- Business English / English négociation.

MANAGER ET ANIMER DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET/OU MARKETING

- Management d'équipes commerciales.
- Introduction GRH (Gestion des Ressources Humaines) opérationnelle - recrutement.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

BAC +3

RESPONSABLE EN GESTION ET NÉGOCIATION IMMOBILIÈRES

L'immobilier est un secteur dynamique en recherche constante de compétences. Le Bachelor Gestion et Négociation Immobilières prépare les apprenant·es à des postes opérationnels en gestion et transaction, directement accessibles après la formation.

OBJECTIFS

- Administrer des biens immobiliers d'investissement dans un objectif de rentabilité du bien.
- Mettre en œuvre les moyens techniques et administratifs de conservation et d'amélioration du patrimoine.
- Assurer la commercialisation de biens immobiliers.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.

Métiers visés

- Gestionnaire immobilier.
- Gestionnaire d'actifs immobiliers.
- Gestionnaire en locatif.
- Gestionnaire de portefeuille immobilier.
- Responsable de gestion immobilière locative.
- Responsable de gestion locative et commerciale.
- Administrateur·rice de biens.
- Gestionnaire de copropriété.
- Syndic de copropriété.
- Responsable de copropriété.
- Gestionnaire de secteur.
- Gestionnaire technique.
- Responsable des ventes.
- Responsable commercial·e.
- Gérant·e de société.
- Développeur·se foncier·ère.
- Prospecteur·rice foncier·ère.
- Responsable du développement.

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.
Quelques périodes de regroupement.



Lieu :
Le Port.



Rentrée :
octobre

Inscription jusqu'à 15 jours avant la date de rentrée.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

ADMINISTRATION ET VALORISATION DU PATRIMOINE IMMOBILIER LOCATIF

- Rédaction du mandat de gestion locative.
- Estimation de la valeur locative du bien confié.
- Recherche de locataires solvables pour le compte de propriétaires-bailleur-ses.
- Etablissement des baux (d'habitation, commerciaux, professionnels).
- Gestion des revenus locatifs.
- Gestion technique courante du bien confié et gestion des sinistres.
- Relation clientèle.

GESTION DES ACTIFS IMMOBILIERS EN COPROPRIÉTÉ

- Administration juridique de la copropriété en lien avec le syndicat des copropriétaires.
- Souscription des contrats d'assurances et de gestion courante du bien immobilier.
- Gestion du personnel de la copropriété ou des prestataires externes.
- Gestion administrative et financière des instances de la copropriété (conseil syndical, assemblée générale).
- Gestion technique des parties communes de l'immeuble - Conseil sur la mise aux normes environnementales, l'entretien et la valorisation du patrimoine des copropriétaires.
- Mise en œuvre et suivi des procédures de recouvrement.

INTERMÉDIATION COMMERCIALE EN VENTE ET LOCATION

- Prospection de biens à commercialiser (vente ou location).

- Recherche d'acquéreur-ses ou locataires.
- Conseil auprès des client-es acquéreur-ses ou preneur-ses.
- Appui à la transaction entre le ou la propriétaire et l'acquéreur-se ou locataire.
- Administration des ventes.

DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ D'UN CENTRE DE PROFIT OU D'UN SERVICE IMMOBILIER

- Gestion financière du centre de profit ou du service immobilier.
- Réalisation d'un plan de développement commercial et marketing de l'activité.
- Management d'équipe d'une agence ou d'un service immobilier.
- Veille et développement de son réseau professionnel.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Contrôle continu et examens terminaux sur la base d'épreuves individuelles et de travaux de groupe

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.
- Cours complémentaires sur plateforme digitale dédiée.



Admission

Prérequis

Être titulaire d'un BAC +2 (ou 120 ECTS) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

BAC +2

CHARGÉ·E DE CLIENTÈLE

Métiers visés

- Chargé·e de clientèle.
- Attaché·e commercial·e.
- Attaché·e commercial·e spécialisé·e.
- Assistant·e commercial·e.
- Conseiller·ère de ventes et de services.
- Vendeur·se conseil.
- Chargé·e du service clientèle.
- Manager d'une unité commerciale.

Ce programme t'ouvrira les portes d'une carrière passionnante où tu pourras mettre en avant tes compétences relationnelles tout en contribuant au succès commercial d'une entreprise et en offrant un service de qualité à la clientèle.

OBJECTIFS

Cette formation vise à former des professionnel·les capables d'assurer un service client·e de qualité, de fidéliser la clientèle, et de contribuer au développement commercial de l'entreprise grâce à des compétences solides en relation client·s, en vente et en gestion des situations complexes.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.
- Enseignement apportant un socle de **savoir-faire professionnel.**

Modalités de la formation



Durée :
20 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en
formation,
4 jours par semaine
en entreprise.



Lieux :
Saint-Denis et
Saint-Pierre.



Rentrée :
Inscription tout au
long de l'année.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

BLOC 1 : COLLECTER ET TRAITER L'INFORMATION COMMERCIALE

- Veille sur produits concurrents et marchés et l'environnement législatif.
- Système information commerciale.
- Système information marketing.
- Formalisation documents professionnels.

BLOC 2 : METTRE EN ŒUVRE LA POLITIQUE COMMERCIALE DANS UNE DIMENSION «OMNICANALE»

- Diagnostic et traitement de l'offre commerciale.
- Marketing opérationnel.
- Conduite de projet commercial.
- Analyse de l'activité commerciale RSE.

BLOC 3 : ASSURER LE CONSEIL, LA PROMOTION ET LA VENTE DE PRODUITS ET DE SERVICES EN INTÉGRANT LA DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENTÈLE

- Prospection commerciale.
- CRM et fiche clientèle.
- Risque clientèle.
- Négociation vente.
- English negotiation.
- Leviers on line et off line.
- Suivi performance commerciale.
- Fidélisation clientèle.
- Promotion et influence de la marque / produits / services.
- Administration commerciale.
- Cadre juridique des activités commerciales.

DEVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

- Rapport « PROJET COMMERCIAL ».
- Jeu de rôle.
- Oral de négociation.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC ou diplôme équivalent.



BAC +2

RESPONSABLE DE PETITE ET MOYENNE STRUCTURE

Le ou la responsable de petite et moyenne structure anime une structure économique dans ses dimensions humaine, commerciale, production et financière.

Il ou elle organise le fonctionnement de la structure en conformité avec les objectifs qui lui sont donnés.

Métiers visés

- Responsable/directeur·rice/chef·fe d'agence.
- Responsable/directeur·rice/chef·fe de centre.
- Responsable/directeur·rice/chef·fe d'unité.
- Responsable/directeur·rice/chef·fe de site.
- Directeur·rice adjoint·e de PME/PMI.
- Manageur·se de proximité.
- Directeur·rice d'association.

OBJECTIFS

Le ou la responsable de petite et moyenne structure anime au quotidien une petite équipe et exerce son activité de façon autonome. Son rôle consiste à mobiliser et gérer les moyens humains, matériels, financiers et techniques de son unité.

Sa connaissance des métiers de l'entreprise, des circuits commerciaux et des évolutions technologiques se combine aux compétences managériales pour la maîtrise de l'emploi. Il ou elle est en relation avec la clientèle mais aussi les fournisseur·ses et autres partenaires externes. Prendre en compte les événements, hiérarchiser les priorités et gérer les aléas font partie de ses qualités essentielles. Il ou elle exerce une veille permanente et adapte sa gestion aux évolutions constatées ou à venir.

Souvent associé·e aux démarches stratégiques et aux orientations données au développement de la structure, le ou la responsable de petite et moyenne structure rend compte de son fonctionnement à sa hiérarchie.

Le travail s'effectue pour partie dans un bureau avec une utilisation permanente des outils numériques les plus courants, mais le ou la responsable de petite et moyenne structure peut être amené·e à se déplacer à l'extérieur. Dans le cas de structures appartenant à un groupe, elle ou il doit aussi utiliser les logiciels spécifiques prévus pour la gestion des activités.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.
- Enseignement apportant un **socle de savoir-faire professionnel.**
- Taux de réussite : **76%.**
- Taux de satisfaction : **99%.**
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **42%.**

Modalités de la formation



Durée :
20 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en
formation,
4 jours par semaine
en entreprise.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port
et Saint-Pierre.



Rentrée :
Inscription tout au long
de l'année.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

ANIMER UNE ÉQUIPE

- Encadrer et animer une équipe.
- Organiser et assurer le fonctionnement d'une unité.
- Organiser et assurer la gestion opérationnelle des ressources humaines.
- Organiser et mettre en œuvre la gestion prévisionnelle des ressources humaines.

PILOTER LES OPÉRATIONS COMMERCIALES ET LA PRODUCTION DE BIENS ET/OU SERVICES

- Mettre en œuvre le plan marketing.
- Mettre en œuvre l'action commerciale.
- Assurer la gestion de la production de biens et/ou services.
- Gérer la qualité.

GÉRER LES RESSOURCES FINANCIÈRES

- Contrôler l'activité comptable.
- Analyser les coûts de revient.
- Assurer la gestion financière.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC (ou diplôme équivalent) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

BAC +2

ASSISTANT·E ADMINISTRATIF·VE ET COMMERCIAL·E

Communication, contact, organisation,
suivi des dossiers...

Une formation rigoureuse pour devenir l'élément-
clé du succès d'une équipe.

OBJECTIFS

L'assistant-e commercial-e assiste une équipe de vente, dont elle ou il fait partie intégrante, dans le suivi et le développement de l'activité commerciale. Sa mission va de l'administration des ventes (traitement des commandes et des litiges, gestion et mise à jour des bases de données clientèle) à une contribution plus directe à l'activité commerciale en collaboration avec les commerciales et commerciaux : organisation d'actions commerciales, prospection téléphonique et vente de produits. Elle ou il participe à la mise en place des orientations stratégiques et de la politique commerciale de l'entreprise par l'élaboration de tableaux de bord et par une veille sur l'évolution du marché.

Contact privilégié pour le suivi des dossiers, son rôle consiste à renseigner la clientèle, orienter ses demandes et faciliter la relation avec les commerciales et commerciaux de terrain, dans un souci de fidélisation de la clientèle.

La pratique de l'anglais est requise pour le suivi de la relation avec la clientèle étrangère ou lors de l'accueil de visiteur-euses. Si ce métier est généralement sédentaire, l'assistant-e commercial-e peut être amené-e à exercer sur le terrain lors de manifestations ponctuelles.

Cette formation a pour vocation de former des collaborateurs et collaboratrices immédiatement opérationnel·les, capables d'évoluer vers des fonctions administratives et de gestion.

La formation prépare les étudiantes et étudiants à :

- Administrer les ventes et assurer le suivi de la supply chain.
- Participer à l'action commerciale.
- Contribuer au déploiement de la stratégie commerciale de l'entreprise.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.
- Taux de réussite : **91%**.
- Taux de satisfaction : **99%**.
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **56%**.

Métiers visés

- Assistant-e commercial-e.
- Assistant-e administration des ventes.
- Assistant-e administratif-ve et commercial-e.
- Secrétaire commercial-e.
- Commercial-e sédentaire.



Modalités de la formation



Durée :
20 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.



Lieux :
Saint-Denis
et Saint-Pierre.



Rentrée :
Inscription tout au long
de l'année.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

ASSURER L'ADMINISTRATION DES VENTES

- Traiter les commandes, du devis jusqu'au règlement de la facture.
- Assurer le suivi de la relation clientèle en français et en anglais.
- Prévenir et gérer les impayés.

PARTICIPER À L'ORGANISATION ET AU SUIVI DES ACTIONS COMMERCIALES

- Élaborer et actualiser les tableaux de bord commerciaux.
- Participer à la veille commerciale.
- Concevoir et réaliser un support de communication commerciale.
- Organiser une action commerciale et en assurer le suivi.

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

- Accueillir et renseigner les visiteur·ses en français et en anglais lors de manifestations commerciales.
- Réaliser une opération de prospection téléphonique.
- Conseiller et vendre par téléphone.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC (ou diplôme équivalent) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

Cette formation prépare au titre professionnel de niveau 5, « Assistant·e administratif·ve et commercial·e ». Certification enregistrée au RNCP35031, publiée au Journal Officiel du 15/10/2020. Certificateur : MINISTÈRE DU TRAVAIL DU PLEIN EMPLOI ET DE L'INSERTION. Référentiel de formation, passerelles et équivalences sont disponibles sur demande et consultables sur www.francecompetences.fr : RNCP35031. Possibilité de valider un ou des blocs de compétences. Formation accessible aux personnes handicapées. Les taux de poursuite d'études, d'insertion professionnelle, d'interruption en cours de formation et la valeur ajoutée sont consultables sur demande et sur <https://www.inserjeunes.education.gouv.fr/> pour le campus de Saint-Denis et <https://www.inserjeunes.education.gouv.fr/> pour le campus de Saint-Pierre. Tarif et CGV : nous consulter. Financement possible par les opérateur·rices de compétences. Dispositifs : contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation, PRO-A, financement personnel. Mise à jour des informations : 2024.



BAC +2

NÉGOCIATEUR·RICE TECHNICO-COMMERCIAL·E

Négociation, prospection, autonomie, adaptabilité... Un cursus concret pour réussir dans un métier de terrain.

OBJECTIFS

La ou le négociateur-riche technico-commercial-e exploite les potentialités de vente sur un secteur géographique défini, dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise. Elle ou il élabore une stratégie commerciale omnicanale, organise et met en œuvre un plan d'actions commerciales et en évalue les résultats. Sa mission consiste à prospecter à distance et physiquement des entreprises, afin de développer son portefeuille clientèle, d'atteindre les objectifs fixés et de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise. Elle ou il conçoit et négocie des solutions techniques de produits ou de prestations de service. La veille commerciale constitue la base de son information professionnelle. Tout en restant dans le cadre fixé par l'entreprise, la ou le négociateur-riche technico-commercial-e dispose d'une large autonomie d'organisation de son activité. La maîtrise courante des outils digitaux lui est indispensable. L'emploi nécessite des déplacements fréquents dans le secteur de vente dédié et exige de savoir s'adapter aux contraintes et horaires des prospects et de la clientèle.



LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 20 mois.
- Taux de réussite : **89%**.
- Taux de satisfaction : **99%**.
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **56%**.

Métiers visés

- Technico-commercial·e.
- Chargé·e d'affaires.

Modalités de la formation



Durée :
20 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.



Lieux :
Saint-Denis
et Saint-Pierre.



Rentrée :
Inscription tout au long de l'année.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Travaux dirigés, études de cas & mises en situation.

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE PROSPECTION ET LA METTRE EN OEUVRE

- Assurer une veille commerciale.
- Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales.
- Prospecter un secteur défini.
- Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives.

NÉGOCIER UNE SOLUTION TECHNIQUE ET COMMERCIALE ET CONSOLIDER L'EXPERIENCE CLIENTÈLE.

- Représenter l'entreprise et valoriser son image.
- Concevoir une proposition technique et commerciale.
- Négocier une solution technique et commerciale.
- Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte.
- Optimiser la gestion de la relation clientèle.

DEVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

- Dossier professionnel.
- Anglais commercial.
- Prise de parole en public.
- Communication écrite.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



Admission

Prérequis

Être titulaire du BAC (ou diplôme équivalent) ou faire preuve d'une expérience professionnelle significative (avis de la commission pédagogique requis).

BAC

ASSISTANT·E MANAGEUR·SE D'UNITÉ MARCHANDE



Dans le respect de la stratégie commerciale de l'entreprise, afin de contribuer à la satisfaction et à la fidélisation de la clientèle, l'assistant·e manager·se d'unité marchande participe à l'attractivité de l'unité marchande, à la gestion des approvisionnements et au développement des ventes. Il ou elle anime l'équipe au quotidien, la mobilise pour atteindre les objectifs de vente.

Métiers visés

- Assistant·e responsable de magasin.
- Assistant·e de magasin.
- Adjoint·e de rayon.
- Second·e de rayon.
- Adjoint·e responsable de magasin /adjoint·e de magasin.
- Responsable adjoint·e/adjoint·e responsable.
- Directeur·rice de magasin adjoint·e /directeur·rice adjoint·e.
- Assistant·e manager·se.

OBJECTIFS

L'assistant·e manager·se d'unité marchande exerce dans tous types de points de vente, grandes, moyennes et petites surfaces, qui proposent des produits ou services nécessitant une vente conseil en face-à-face. Son rôle consiste à accueillir la clientèle et lui apporter conseils et démonstrations.

L'assistant·e manager·se d'unité marchande participe à l'attractivité du point de vente et personnalise la relation pour satisfaire et fidéliser la clientèle. Elle ou il participe à la tenue, à l'animation et à la théâtralisation du rayon et contribue aux résultats de son linéaire ou point de vente en fonction des objectifs fixés par sa hiérarchie. Elle ou il peut également faire des propositions pour améliorer la mise en valeur des marchandises.

Savoir réagir rapidement en cas d'imprévus ou de dysfonctionnements, modifier ses priorités et s'adapter à la situation font partie de ses qualités.

L'assistant·e manager·se d'unité marchande est amené·e à participer aux tâches de manutention, pour lesquelles le port d'équipements de protection est requis.

Ses horaires sont adaptés à l'amplitude d'ouverture du magasin et au flux clientèle. En fonction de l'activité commerciale du magasin, il ou elle peut travailler le samedi, certains jours fériés, le dimanche et, lors de manifestations commerciales spécifiques, en dehors des heures d'ouverture. En fonction des contraintes de l'activité, des astreintes sont possibles.

L'assistant·e manager·se d'unité marchande seconde sa hiérarchie directe et peut la suppléer en cas d'absence.

L'emploi peut nécessiter des déplacements hors de l'unité marchande pour assister à des réunions et des formations organisées par l'entreprise.

LES + DE LA FORMATION

- Diplôme **reconnu par l'État**.
- Formation en **alternance sur 12 mois**.
- Enseignement apportant un socle de **savoir-faire professionnel**.
- Taux de réussite : **72%**.
- Taux de satisfaction : **99%**.
- Insertion professionnelle (à 6 mois) : **55%**.

Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en formation,
4 jours par semaine en entreprise.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port et Saint-Pierre.



Rentrée :
Inscription tout au long de l'année.

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

DÉVELOPPER L'EFFICACITÉ COMMERCIALE D'UNE UNITÉ MARCHANDE DANS UN ENVIRONNEMENT OMNICANAL

- Gérer l'approvisionnement de l'unité marchande.
- Réaliser le marchandisage.
- Participer au développement des ventes en prenant en compte le parcours d'achat de la clientèle.
- Analyser les objectifs commerciaux, les indicateurs de performances de l'unité marchande et proposer des ajustements à sa hiérarchie.

ANIMER L'ÉQUIPE D'UNE UNITÉ MARCHANDE

- Contribuer au recrutement et à l'intégration de nouveaux et nouvelles membres de l'équipe.
- Coordonner l'activité de l'équipe de l'unité marchande et ajuster la planification horaire.
- Mobiliser les membres de l'équipe au quotidien.

COMPÉTENCES TRANSVERSALES

- Mettre en œuvre les mesures de prévention, respecter et faire respecter les règles de sûreté, santé et sécurité au travail.
- Transmettre les consignes oralement et par écrit.
- Utiliser les outils numériques et les applicatifs de gestion de l'unité marchande.
- Réaliser une veille sur les produits et services en lien avec l'activité de l'unité marchande.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



Admission

Prérequis

Entretien de positionnement.

BAC

SECRÉTAIRE ASSISTANT·E MÉDICO-SOCIAL·E



Le ou la secrétaire assistant·e médico-social·e assure, au sein des structures sanitaires, médico-sociales ou sociales, l'accueil et la prise en charge de la patientèle et des usager·ères, la planification des activités du service, le traitement et le suivi administratif des dossiers, la coordination des opérations liées au parcours de la patientèle et des usager·ères.

OBJECTIFS

Ce programme vous donnera toutes les clés pour être capable d'assister les professionnel·les de santé et sociaux dans la gestion administrative et la coordination des activités médicales et sociales.

Durant votre formation, vous développerez les compétences spécifiques nécessaires à la prise en charge des tâches administratives dans les structures médico-sociales.

A l'issue de votre diplôme, vous ferez l'acquisition des connaissances sur les aspects juridiques, éthiques et techniques liés à l'administration dans le domaine médical et social.

LES + DE LA FORMATION

- **Diplôme reconnu par l'État.**
- **Formation en alternance** sur 12 mois.
- Enseignement apportant un socle de **savoir-faire professionnel.**

Métiers visés

- Secrétaire médical·e.
- Secrétaire médico-social·e.
- Secrétaire social·e.
- Assistant·e médico-administratif·ve.
- Assistant·e médical·e.
- Secrétaire hospitalier·ère.
- Télésecrétaire médical·e.



Modalités de la formation



Durée :
12 mois.



Rythme :
1 jour par semaine en
formation,
4 jours par semaine
en entreprise.



Lieux :
Saint-Denis, Le Port
et Saint-Pierre.



Rentrée :
Inscription tout au
long de l'année..

CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

BLOC 1 : ASSISTER UNE ÉQUIPE DANS LA COMMUNICATION DES INFORMATIONS ET L'ORGANISATION DES ACTIVITÉS

- Produire des documents professionnels courants.
- Communiquer des informations par écrit.
- Assurer la traçabilité et la conversation des informations.
- Accueillir un visiteur ou une visiteuse et transmettre des informations oralement.
- Planifier et organiser les activités de l'équipe.

BLOC 2 : ASSURER L'ACCUEIL ET LA PRISE EN CHARGE ADMINISTRATIVE DE LA PATIENTÈLE OU DE L'USAGER-ÈRE

- Renseigner et orienter le public dans un service sanitaire, médico-social ou social.
- Planifier et gérer les rendez-vous de la patientèle ou d'usager-ères.
- Assurer la prise en charge médico-administrative et sociale de la patientèle ou de l'usager-ère.

BLOC 3 : TRAITER LES DOSSIERS ET COORDONNER LES OPÉRATIONS LIÉES AU PARCOURS DE LA PATIENTÈLE OU DE L'USAGER-ÈRE

- Retranscrire des informations à caractère médical ou social.
- Assurer le suivi et la mise à jour des dossiers de patient-es ou d'usager-ères.
- Coordonner les opérations liées au parcours de la patientèle ou de l'usager-ère.
- Elaborer et actualiser des tableaux de suivi dans un service sanitaire, médico-social ou social.

MENTIONS COMPLÉMENTAIRES

DEVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

- Dossier Professionnel.
- Informatique (EXCEL WORD).
- Anglais.
- Prise de parole en public.
- Communication écrite.

ÉVALUATION DES APTITUDES ET DES CONNAISSANCES

- Évaluations en cours de formation (ECF).
- Session de validation finale.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours en face-à-face pédagogique.
- Cours en visioconférence.



Admission

Prérequis

Entretien de sélection.

Le contrat d'apprentissage

Votre entreprise a tout à y gagner !



DES PRIMES
CUMULABLES



UNE RÉGLEMENTATION
AVANTAGEUSE



UN CONTRAT
très économique





Des salaires réduits : de 27% à 100% du smic.
Le salaire net est égal au salaire brut jusqu'à 78% du SMIC.

La rémunération de l'apprenti-e n'est pas assujettie à la CSG et à la CRDS, **les cotisations patronales et salariales dues au titre des assurances sociales sont totalement exonérées** ainsi que les cotisations salariales d'assurance chômage.

L'AIDE UNIQUE AUX EMPLOYEUR-SES D'APPRENTI-ES

(sous conditions) :

6 000 €
 pour la 1^{ère} année d'exécution du contrat.

Aide à l'embauche d'un-e apprenti-e reconnu-e travailleur ou travailleuse handicapé-e : **le montant maximum de l'aide est de 3000 €.**

Le ou la salarié-e ne compte pas dans l'effectif de l'entreprise pendant toute la durée du contrat d'apprentissage.

Aucune prime de précarité à verser en fin de contrat.

Rémunération brute mensuelle contrat d'apprentissage*

| ÂGE | 1 ^{ère} année | | 2 ^{ème} année | | 3 ^{ème} année (hors redoublement) | |
|----------------|------------------------|------------|------------------------|------------|---|------------|
| | % du SMIC | valeur | % du SMIC | valeur | % du SMIC | valeur |
| - de 18 ans | 27% | 477,07€ | 39% | 689,10€ | 55% | 971,80 € |
| de 18 à 20 ans | 43% | 759,77 € | 51% | 901,13 € | 67% | 1 183,83 € |
| de 21 à 25 ans | 53% | 936,47 € | 61% | 1 077,82 € | 78% | 1 378,20 € |
| 26 ans et + | 100% | 1 766,92 € | 100% | 1 766,92 € | 100% | 1 766,92 € |

*Sur base du SMIC au 01/01/2024 de 1 766,92 € pour 35 heures hebdomadaires.
 Le salaire minimum conventionnel peut être appliqué en fonction de la convention collective de l'entreprise.

Si vous n'êtes pas éligible au contrat d'apprentissage, nos formations sont aussi accessibles par le contrat de professionnalisation, le dispositif PRO-A ou le financement personnel. Contactez-nous pour vérifier votre éligibilité !

POURQUOI NOUS CHOISIR ?

Qualiopi
processus certifié

REPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la ou des catégories d'actions suivantes :

ACTIONS DE FORMATION
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

NOS SPÉCIALITÉS :

Management – Commerce – Gestion – Digital
– Tourisme – Immobilier – Banque & Assurance –
Santé – RSE



Une offre
de formations
pour tous niveaux,
DE BAC À
BAC +5



87%
DE RÉUSSITE
aux examens



PLUS DE 1 000
étudiant-es par an
en alternance



+ de
35 ans
D'EXPERTISE
au service
des compétences
des entreprises



**4 CAMPUS
PERMANENTS**

Saint-Denis
Le Port
Saint-Pierre
Rodez



**DES
équipes**

dédiées, pour mieux
vous accompagner
et vous mettre en
relation avec des
entreprises



+ de **70** formateurs
et formatrices
professionnel·les
et expérimenté·es



**TOUS NOS PROGRAMMES
SONT ACCESSIBLES**
aux personnes en
situation de handicap

VOS PETITS +



Un vrai réseau social interne, où interagissent étudiant-es, formateur-rices et équipes Tetranergy.



Un outil d'entraînement pour se perfectionner en orthographe et expression.



Une application innovante de mise en relation des candidat-es et employeur-euses.



Un accès gratuit à la plateforme n°1 du covoiturage.



Une mise à disposition gratuite, de protections hygiéniques bio.



Un outil de pédagogie innovante, le digital learning, accessible à nos étudiant-es pour leur permettre de développer leurs compétences sur un grand nombre de domaines.

Et aussi :

- Un BDE engagé dans des actions sociétales, solidaires et dans l'animation de la vie étudiante.
- Un engagement pour défendre l'égalité femme - homme.
- Une forte démarche inclusion.

“WATER
NO GET
ENEMY.”

FELA KUTI

*L'eau n'a pas d'ennemi

Contacts

La Réunion

0262 29 26 26

recrutement@tetranergy.com

Rodez

0554 54 24 50

recrutementrodez@tetranergy.com

tetranergy.com

