



FORMATION CONTINUE

BUSINESS DEVELOPER

BADGE
Bilan d'Aptitude Délivré
par les Grandes Ecoles

2016

Le Business Developer est un manager à la fois stratège, négociateur et entrepreneur. Il part à la conquête des marchés, transforme les opportunités en affaires, en s'appuyant sur ses connaissances des enjeux économiques pour assurer la croissance des entreprises.

Novancia propose un parcours de formation pour vous doter de méthodes et outils opérationnels afin de mettre en œuvre votre développement.

Le parcours certifiant « Business Developer » se déroule sur 42 jours (294 h), pendant 1 an.

Ce parcours de formation, associé à un projet professionnel, est sanctionné par une certification accréditée par la Conférence des Grandes Ecoles. Complété par un dossier de VAE, il peut donner accès au « Diplôme d'études Supérieures en Entrepreneuriat et Management Commercial », visé Bac +5, grade de Master, délivré par Novancia.

Ce parcours de formation peut être modularisable (voir au dos nos 17 modules de formation à la carte)

CIBLE

Dirigeant d'une jeune entreprise

Manager, développeur de Business Unit, de centre de profit

PÉDAGOGIE

Nos intervenants favorisent la co-construction entre les participants, ils animent sur un mode très participatif prenant en compte les spécificités et les problématiques de chacun afin d'y apporter des solutions et des outils applicables immédiatement. Ils accompagnent au quotidien des entrepreneurs et des managers.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Analyser l'environnement et détecter de nouvelles opportunités

- Assurer une veille stratégique - analyser l'environnement économique, concurrentiel, juridique, financier de l'entreprise
- Evaluer son potentiel marché
- Intégrer les évolutions géopolitiques, économiques, sociétales, les comportements de consommation et d'achats et les transformer en potentialités nouvelles
- Mobiliser les techniques de créativité pour produire des solutions
- Détecter de nouvelles opportunités, de nouveaux business
- Evaluer les risques : Identifier, analyser, quantifier les dangers que peut générer ses activités sur les plans stratégique, financier et opérationnel

Définir des stratégies de croissance et développer des marchés

- Mettre en place des stratégies marketing, e-marketing, commerciale, communication en lien avec les objectifs stratégiques de l'entreprise
- Définir des plans d'actions
- Développer des activités / des produits innovants - des offres commerciales à forte valeur ajoutée
- Maîtriser toutes les étapes du cycle de vente : de la recherche de nouveaux clients à la négociation

Affirmer une posture de Business Developer : communiquer et fédérer

- Entretien, faire fructifier et élargir son réseau
- Se présenter de façon concise et susciter l'intérêt lors de ses rencontres professionnelles
- Structurer et développer ses argumentations et rendre dynamique ses supports visuels pour convaincre
- S'affirmer en tant que leader

Manager un projet

- Définir les ressources à mobiliser (humaines, matérielles, financières)
- Budgéter et évaluer les résultats
- Gérer une équipe projet : planifier, définir les délais et les rôles de chacun

Manager et mobiliser ses équipes

- Animer et diriger ses équipes
- Identifier les compétences de ses collaborateurs et les faire évoluer
- Développer la motivation de ses collaborateurs

Piloter et analyser ses activités

- Gérer le montage financier d'un projet : Construire son Business Plan et monter un dossier de financement

une école de la

17 MODULES DE FORMATION A LA CARTE

AGIR EN BUSINESS DEVELOPER : ENTREPRENDRE / INNOVER

| | | |
|---|---|-------------------|
| ANALYSER ET DEFINIR SON POSITIONNEMENT STRATEGIQUE | <ul style="list-style-type: none"> S'affirmer en tant que Business Developer Comprendre les enjeux d'une stratégie d'entreprise Analyser son environnement (culturel, économique, financier) Acquérir les outils d'analyse stratégique Évaluer les différents positionnements stratégiques possibles | 3 jours (21 h) |
| ANTICIPER LE MONDE FUTUR / RISQUES ET OPPORTUNITES POUR L'ENTREPRISE | <ul style="list-style-type: none"> Anticiper les « tendances nouvelles » imposées par la mondialisation multiforme Apprendre à intégrer les changements et les transformer en potentialités nouvelles Déchiffrer les évolutions croisées : géopolitiques, économiques, sociétale Intégrer une vision du monde plus vaste, mieux décoder la complexité croissante Découvrir et apprendre à utiliser les outils pour mieux comprendre les mutations de notre monde | 2 jours (14 h) |
| LA CREATIVITE APPLIQUEE, VERS L'INTELLIGENCE DE SITUATION | <ul style="list-style-type: none"> Acquérir les techniques de créativité appliquée Les expérimenter pour en comprendre les bénéfices Savoir les réutiliser pour aborder différemment une situation Accroître ses capacités à innover | 2 jours (14 h) |
| CONCEVOIR DES OFFRES COMMERCIALES INNOVANTES | <ul style="list-style-type: none"> Adapter l'offre aux spécificités de son secteur, de sa cible et de la concurrence Mettre en place les leviers de valorisation et différenciation marketing de l'entreprise Maintenir l'avantage concurrentiel en agissant sur les éléments du mix marketing Intégrer les principes de « l'innovation commerciale » et les modes opératoires de la prise de décision | 2 jours (14 h) |

DEFINIR SES PLANS D'ACTIONS & COMMERCIALISER

| | | |
|--|---|-------------------|
| METTRE EN ŒUVRE LES OUTILS DE MARKETING ON-LINE ET OFF-LINE | <ul style="list-style-type: none"> Construire les étapes clés du plan marketing multi-canal pour réussir son développement Savoir utiliser les concepts et nouveaux outils marketing, pour les transformer en actions commerciales Élaborer des messages et documents percutants on et off-line | 2 jours (14 h) |
| DÉCLINER LA STRATÉGIE EN PLAN D'ACTIONS | <ul style="list-style-type: none"> Évaluer les possibilités d'actions et arbitrer en fonction des moyens, des hommes et de l'environnement Définir un calendrier d'actions et rédiger un plan d'actions commerciales global Etablir les prévisions des ventes et fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs Mettre en place les outils du contrôle et pilotage des actions | 2 jours (14 h) |
| RENFORCER SES TECHNIQUES DE VENTE | <ul style="list-style-type: none"> Définir sa stratégie de vente et son plan d'action commerciale Maîtriser toutes les étapes du cycle de vente Mieux communiquer avec ses clients pour mieux les respecter et s'adapter à leur demande Améliorer ses argumentaires | 3 jours (21 h) |
| PRÉPARER ET CONDUIRE UNE NÉGOCIATION | <ul style="list-style-type: none"> Identifier ses atouts et ses points faibles Acquérir des techniques de négociation efficaces pour optimiser le résultat de ses ventes Savoir traiter les pièges des acheteurs | 3 jours (21 h) |
| DÉVELOPPER SES RÉSEAUX AU SERVICE DE L'ENTREPRISE | <ul style="list-style-type: none"> Mobiliser les ressources externes pour apporter de la valeur aux autres, donc à soi-même et à l'entreprise Identifier et mobiliser ses cercles de contacts Savoir tirer profits des réseaux sociaux à des fins de Business Anticiper les évolutions du social Business et du Big Data Soigner sa e-réputation | 2 jours (14 h) |
| DEVENIR UN ORATEUR CONVAINCANT ET PRÉSENTER SES PROJETS AVEC DES VISUELS PERCUTANTS | <ul style="list-style-type: none"> Se présenter de façon concise avec assurance et dynamisme Délivrer un message clair et percutant pour ses interlocuteurs Structurer, synthétiser et rendre dynamique ses supports visuels Trouver et hiérarchiser les arguments efficaces pour convaincre Travailler l'aspect ludique de son discours, raconter une histoire... | 2 jours (14 h) |

PILOTER SES ACTIVITÉS

| | | |
|---|---|-------------------|
| DÉFINIR UNE STRATEGIE DE GESTION DU RISQUE (RISK MANAGEMENT) | <ul style="list-style-type: none"> Connaître les enjeux du « risk management » Mettre en place une méthode adaptée aux métiers et processus de l'entreprise Mesurer l'importance et la probabilité des risques, déterminer le financement nécessaire Établir une politique globale et déployer ses applications opérationnelles | 3 jours (21 h) |
| CHIFFRER SON PLAN DE DÉVELOPPEMENT | <ul style="list-style-type: none"> Savoir chiffrer son plan de développement en identifiant les éléments déterminants Connaître les différentes sources de financement et les conditions d'octroi Repérer et cibler les financeurs selon la typologie du projet et de son avancement | 1 jour (7 h) |
| ANALYSER LES DONNÉES FINANCIÈRES DE SES ACTIVITÉS | <ul style="list-style-type: none"> Comprendre les principaux documents comptables de synthèse (bilan, compte de résultat) Identifier les forces, les faiblesses, les zones de risque Prévoir les résultats et la trésorerie (frais fixes, frais variables, seuil de rentabilité...) Optimiser ses ressources financières | 2 jours (14 h) |
| METTRE EN PLACE SES OUTILS DE PILOTAGE | <ul style="list-style-type: none"> Identifier les indicateurs pertinents Mettre en place des tableaux de bord adaptés à ses attentes Communiquer autour des objectifs et des indicateurs | 2 jours (14 h) |

AFFIRMER UNE POSTURE DE MANAGER

| | | |
|---|--|-------------------|
| SE POSITIONNER EN LEADER | <ul style="list-style-type: none"> Appréhender les différentes formes de pouvoir dans les organisations : autorité (management) et influence (leadership) Développer son leadership | 2 jours (14 h) |
| ANIMER ET DIRIGER SES ÉQUIPES Les essentiels du management | <ul style="list-style-type: none"> Prendre appui sur ses compétences clés pour développer ses qualités de manager Construire et conforter sa légitimité pour piloter efficacement son équipe et ses activités Porter la vision de l'entreprise et donner du sens à l'action de ses équipes Savoir déléguer, motiver et valoriser les résultats | 3 jours (21 h) |
| ATTIRER, RECRUTER ET DÉVELOPPER LES TALENTS | <ul style="list-style-type: none"> Attirer, recruter, intégrer et développer les nouveaux talents Mettre en place les outils de suivi en lien avec le service RH Comprendre les enjeux de l'entretien annuel d'évaluation et de l'entretien professionnel Intégrer les leviers de la formation professionnelle (Compte Personnel de Formation) | 2 jours (14 h) |