



Prog Performance commerciale

Parcours métier – Business Developer

8 jours (56h00) | ★★★★★ 4,6/5 | CIAL-C19CERTBIZDEV | Certification Manager du développement commercial à l'international - Bloc 1 (incluse) | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 4 100 € ht

Formations Compétences Métier › Interne_CompMet › Prog Performance commerciale

Document mis à jour le 08/09/2026

Objectifs de formation

- Analyser son marché et détecter les opportunités de développement.
- Construire une stratégie commerciale rentable.
- Piloter les actions et mesurer leur performance.

Compétences attestées par la certification

Elaborer et évaluer une stratégie commerciale

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation.

Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun.

Public concerné

- Business developer junior.
- Toute personne souhaitant acquérir les compétences en stratégie commerciale.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émise par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Livre Blanc : Business Developers : pourquoi vont-ils révolutionner la fonction commerciale ?

Se positionner en tant que Business Developer

- Les missions du Business Developer.
- S'approprier les compétences requises d'un Business Developer.
- Grand groupe, start up, entreprise... : trouver son positionnement de Business Developer.
- **Atelier** : cartographier les missions du Business Developer.

Analyser son marché et ses opportunités de croissance de chiffre d'affaires

- Assurer une veille technique, scientifique et concurrentielle de son marché.
- Identifier les besoins du marché : les 5 forces de Porter.
- Anticiper les évolutions du secteur et du marché en détectant les signaux faibles.
- Mesurer l'attractivité d'un marché.
- **Atelier** : les approches stratégiques Ansoff et Océan Bleu.

Evaluer l'intérêt d'un projet de développement pour son entreprise

- Analyser et maîtriser son portefeuille de produits/services.
- Réaliser le diagnostic SWOT de son entreprise.
- Etablir la cartographie des ressources internes pour évaluer le potentiel de développement disponible.
- Déterminer l'écart entre les capacités de l'entreprise et le but à atteindre.

Organiser le développement d'un portefeuille clients (e-learning - 7 heures)

- Connaître les outils d'analyse d'un portefeuille clients
- Identifier les sources de croissance et développement existantes à l'appui de l'analyse

- Définir les cibles prioritaires de développement

Module distanciel

- Comment argumenter par les bénéfices dans une négociation ?
- Comment être assertif dans une négociation ?

Etablir un business plan de développement

- Identifier des opportunités de croissance par zone/pays et les traduire en stratégie de développement.
- Définir sa stratégie commerciale en prenant en compte toutes les parties prenantes et les ressources internes disponibles.
- Traduire sa stratégie de développement en objectifs de ventes.
- Construire des offres techniques et économiques et élaborer le budget.
- Définir des plans d'action : marketing, opérationnel, management.
- **Atelier** : réaliser le business plan de son offre.
- Valoriser la durabilité des produits et/ ou leur adéquation avec la réglementation environnementale.
- Mesurer l'impact RSE de sa stratégie commerciale.

Elaborer, contrôler et suivre le pilotage des actions commerciales

- Planifier et organiser ses actions commerciales en fonction des objectifs d'activité et des résultats attendus.
- Sélectionner les bons KPIs pour contrôler l'efficacité des actions commerciales.
- Utiliser le CRM pour piloter son activité commerciale.
- **Atelier** : construire et exploiter un tableau de bord commercial.
- **Atelier** : s'assurer de la performance et de la rentabilité des opérations de développement.

Négocier et vendre des partenariats commerciaux

- Connaître les tactiques de négociation efficaces personnalisés par zone/pays.
- Préparer son argumentation durable en clarifiant ses objectifs et sa marge de manœuvre.
- Négocier des contrats commerciaux avec ses prospects.
- Proposer un partenariat : avantages et contraintes.
- Déterminer les droits et obligations réciproques d'un partenariat.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Piloter le déploiement de l'offre commerciale (e-learning - 7 heures)

- Instaurer des indicateurs commerciaux
- Être capable de déterminer les produits/services de l'entreprise les plus rentables
- Construire un plan d'action commercial profitable
- Aligner l'équipe commerciale sur le plan d'action
- Etablir les objectifs commerciaux à atteindre pour chaque produit/ service/ référence

Définir les objectifs et structurer son tableau de bord

- Identifier le rôle et l'utilité d'un tableau de bord commercial et définir la bonne structure pour son besoin.
- Définir clairement les résultats commerciaux attendus et les traduire en indicateurs mesurables.

- Identifier les sources de données (ventes, activité, satisfaction client...) à collecter.
- **Atelier** : cartographier les activités commerciales à piloter avec un tableau de bord.

Choisir et hiérarchiser les indicateurs clés adaptés

- Connaître les caractéristiques d'un bon KPI.
- Sélectionner les indicateurs quantitatifs et qualitatifs les plus adaptés (CA, marge, taux de conversion, cycle de vente, satisfaction client, NPS...).
- Prendre en compte les parties prenantes externes pour choisir les indicateurs.
- **Atelier** : Construire une matrice de sélection des KPIs les plus pertinents pour son entreprise.

Construire son tableau de bord commercial

- Sélectionner le support de son tableau de bord commercial (Excel avancé, Power BI, Google Data Studio, CRM...).
- Structurer l'information pour une lecture rapide : graphiques, couleurs, alertes visuelles.
- Intégrer des tableaux de bord dynamiques et interactifs pour un suivi en temps réel.
- **Atelier** : Créer un tableau de bord initial et apprendre à analyser les chiffres, à calculer les écarts et formaliser la priorisation commerciale.

Collecter, alimenter et automatiser les données

- Identifier les sources de données fiables et automatiser leur remontée (CRM, ERP, BI...).
- S'appuyer sur des outils de data visualisation (Power BI, QlikView, Looker...)
- Assurer la mise à jour en temps réel des données pour éviter les erreurs d'analyse.
- Faire adhérer le tableau de bord par ses équipes commerciales et assurer la remontée efficace des informations.
- **Atelier** : Automatiser l'actualisation des données et intégrer son tableau de bord à un CRM.

Manager et motiver ses équipes avec des tableaux de bord

- Utiliser les chiffres comme outils de management : partager, échanger, motiver et challenger son équipe.
- **Atelier** : animer une réunion d'équipe avec le tableau de bord.
- Mesurer l'efficacité des actions commerciales de son équipe avec le tableau de bord.
- Étudier le comportement de ses clients et prospects grâce au tableau de bord pour tester et mesurer l'efficacité de nouvelles techniques et approches commerciales.
- Utiliser des assistants IA (ChatGPT, Copilot, Salesforce Einstein) pour extraire des insights actionnables à partir des tableaux de bord.

Optimiser son tableau de bord et l'adapter en continu

- Identifier les KPIs inutiles ou obsolètes et les remplacer par des indicateurs plus pertinents.
- Évaluer l'efficacité des tableaux de bord existants et les ajuster selon l'évolution des objectifs.
- Rester agile : comment faire évoluer son tableau de bord en fonction du marché et des besoins commerciaux ?
- **Atelier** : Audit de son propre tableau de bord et plan d'amélioration.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.