Mastère Manager du Développement Commercial

Commerce-Achats-Vente

05/11/2026

Condition d'accès

Etre titulaire d'un niveau 6 (EU) / 180 ECTS, de préférence dans une filière à dominante commerciale, marketing, communication ou gestion

Quels métiers exercer grâce au diplôme ou au titre ?

Directeur commercial, Directeur du développement, Directeur des ventes (Sales manager), Responsable grands comptes (Account manager), Développeur d'affaires (Business developer), Ingénieur d'affaires, Ingénieur commercial, Responsable commercial, Responsable de secteur, Manager commercial, Directeur de clientèle (Customer care manager, Customer success manager)

En quoi consiste le métier ?

Le manager du développement commercial (MDC) conçoit et déploie la stratégie commerciale de l'entreprise afin d'assurer le développement des ventes, accroître le réseau des distributeurs, séduire et fidéliser la clientèle, en veillant au respect des objectifs de chiffres d'affaires et de marges.

La stratégie commerciale est nécessairement omnicanale, elle prend en compte les comportements d'achat hybrides des consommateurs, intègre les usages et les outils digitaux, y compris les médias sociaux et l'exploitation des données, dans le respect de la protection des données personnelles.

Les secteurs d'activité où exercer le métier

Toutes les entreprises de biens et de services de toutes tailles et de tous les secteurs d'activités, en France ou à l'étranger

Organisation de la formation

1 semaine à l'AFPI / 2 semaines en entreprise en moyenne

Validation du diplôme ou du titre

Titre de niveau 7 (EU) - Manager du développement commercial -
Code RNCP 38583 - Code NSF 312: Commerce, Vente -
Certificateur: TALIS COMPETENCES & CERTIFICATIONS -
Date d'échéance de l'enregistrement: 09/02/2027 -
Titre également accessible par la voie de la VAE:https://vae.gouv.fr/ -
Livret téléchargeable: https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282 -

Validation des 4 blocs de compétence:
Bloc 1 - Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise -
Bloc 2 - Concevoir un plan d'actions commerciale -

CENTRES DE FORMATION
Lille

DURÉE DE LA FORMATION
2 ans

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

PARTENAIRE

TALIS— COMPÉTENCES & CERTIFICATIONS

Les + afpi

Taux de réussite à l'examen en 2024 (en %)	100
Taux d'insertion en 2024 (en %)	75

- 1300 Jeunes formés par an
- 600 contrats d'alternance à pourvoir
- 750 entreprises partenaires
- Accompagnement individualisé
- Diplômes reconnus par l'Etat

- Savoir-être, management, sécurité
- Pédagogie innovante (par projets, en îlots, projet Voltaire, Olympiades des métiers)
- Equipement en machines modernes qui préparent aux métiers de demain

10 CENTRES
dans le Nord Pas-de-Calais situés au coeur des bassins industriels et d'emploi

Bloc 3 - Piloter la stratégie commerciale omnicanale -
Bloc 4 - Manager les équipes commerciales -

Etudes de cas, cas pratiques, mises en situations professionnelles reconstituées

Programme

Analyse stratégique et veille concurrentielle,
Déploiement des plans d'actions,
Développement d'un réseau de partenaires,
Gestion budgétaire, financière et administrative,
Encadrement d'équipe,
Stratégie commerciale de l'entreprise,
Plan d'actions commerciales,
Stratégie commerciale omnicanale,
Management des équipes commerciales

1ère année

ANALYSE STRATÉGIQUE ET VEILLE CONCURRENTIELLE

- Données marketing et commerciales
- Positionnement marketing et commercial
- Expérience client
- Stratégie d'entreprise

DEPLOIEMENT DES PLANS D'ACTIONS

- Plan d'actions marketing et commercial
- Stratégie d'achat
- Offre commerciale

DEVELOPPEMENT D'UN RESEAU DE PARTENAIRES

- Nouveau marché
- Compétences de négociation
- Stratégie de positionnement
- Recherche de financements pour projets

GESTION BUDGETAIRE, FINANCIERE ET ADMINISTRATIVE

- Droit commercial et des sociétés
- Business plan
- Contrôle de gestion
- Bases de finances pour non financiers

ENCADREMENT D'EQUIPE

2ème année

STRATEGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

- Marchés et tendances
- Data driven commercial
- Positionnement ccommercial
- Stratégie commerciale et partenariats

PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

- Prospection et parcours clients
- Business plan (business model)
- Plan d'actions commerciales omnicanales
- Outils de gestion de la relation client

- Suivi du plan d'action (ROI, KPIs,..)

STRATEGIE COMMERCIALE OMNICANALE

- Performance commerciale de la stratégie
- Prospection et fidélisation
- Négociation commerciale (nouvelle affaire, appel d'offres…)
- Plateforme e-commerce

MANAGEMENT DES EQUIPES COMMERCIALES

- Leadership et coaching
- Recrutement et fidélisation des collaborateurs
- Performance individuelle et collective
- Entretiens professionnels et annuels d'appréciation

Version

PR6/ENR/02 V.2