

PLAN DE FORMATION

MBA 1&2 Business Manager 2025-2027

980 heures

Certification professionnelle de Niveau 7 « Manager de la Stratégie Commerciale », enregistrée au RNCP sous le numéro 36518, par décision du directeur général de France Compétences en date du 1^{er} juin 2022, délivrée par l'AIPF, code NSF 312 et 310.

(Certification en cours de renouvellement)

I. LES OBJECTIFS

L'objectif de la certification est de former des Managers de la Stratégie Commerciale capables de gérer la relation sur la totalité du parcours client, de l'avant-vente à la relation après-vente. Bien que toujours centrées sur la relation client, les fonctions s'élargissent aux interactions avec le marketing stratégique, digital et opérationnel, au pilotage des différents canaux de vente notamment digitaux, à la gestion de la production, au suivi des projets et à l'administration des ventes ainsi qu'à l'accompagnement client et à la fidélisation.

Dans un contexte de digitalisation croissante des échanges commerciaux le Manager de la Stratégie Commerciale issu de cette certification est un manager 2.0 en mesure de répondre aux défis de la transformation digitale des entreprises et de saisir cette opportunité pour optimiser la performance commerciale de ses équipes et de son organisation.

Manager-conseil, il s'attache à apporter un haut niveau de conseil ainsi qu'une véritable expertise sur le marché, les produits et les usages. Il partage sa vision stratégique et prospective tant à ses clients qu'à ses équipes.

En France et/ou à l'international, en interne comme en externe, le Manager de la Stratégie Commerciale :

- Elabore la stratégie commerciale de l'entreprise sur son marché existant et au regard des opportunités de croissance, en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise ;
- Pilote le déploiement de la stratégie commerciale de l'entreprise, sur l'ensemble du cycle de vente (avant-vente, vente, après-vente) en fonction de son secteur d'activité (BtoB, BtoC, ventes complexes) et assure le contrôle budgétaire et financier de son activité.
- Manage et anime les équipes commerciales, leur apporte un appui technique et méthodologique pour la mise en œuvre et l'optimisation des actions commerciales.
- Représente l'entreprise dans ses prérogatives auprès de ses différents interlocuteurs, (clients, fournisseurs, instances professionnelles, partenaires, ...) afin d'accroître la visibilité et asseoir/entretenir l'image de marque de l'entreprise. Le Manager de la Stratégie Commerciale conçoit, construit, pilote les dispositifs et actions dans un souci constant de mise en œuvre des objectifs de la RSE.

II. LES MODALITÉS ET CONDITIONS D'ACCES

Admission ouverte sur concours aux titulaires ou candidats d'un BAC+3, d'un diplôme de niveau 6 ou ayant validé trois années de formation (180 ECTS).

Les candidats à l'admission répondent sur une plateforme de gamification automatisée à un QCM de positionnement composé de questions réparties entre les domaines suivants : Stratégie, Commerce, Marketing, Management, Technologie-Digital et Langue Française. Ce QCM de positionnement est évalué et conditionne l'accès à la préparation de la certification.

Selon le parcours du candidat et de manière complémentaire au QCM de positionnement, un entretien d'admission est organisé pour valider les acquis du candidat, définir ses besoins de formation et lui proposer l'accès à un parcours complémentaire à réaliser en amont de l'accès à la préparation de la certification.

III. LE CONTENU DE LA FORMATION

BLOC 1 – Élaboration de la stratégie commerciale de l'entreprise

171h00

- Analyser et formaliser le besoin en données « clients / prospects » pertinentes, utiles & utilisables afin de prendre des décisions éclairées dans le cadre de la stratégie commerciale.
- Structurer le système d'information commerciale afin de collecter, de traiter et d'exploiter des informations adaptées.
- Organiser, avec les équipes dédiées, le système d'information commerciale dans le respect de la réglementation informatique en vigueur.
- Optimiser le système d'information commerciale, à partir de l'analyse des indicateurs de performance.
- Effectuer un diagnostic externe & interne de l'entreprise au regard de son projet et / ou de ses produits par rapport aux tendances d'évolution sur les différents marchés étudiés. Déterminer en conséquence les facteurs clefs de succès et leur degré de maîtrise.
- Définir le positionnement commercial (la segmentation stratégique : offre, cible & distribution omnicanale ou multicanale) de nouveaux marchés / segments ou de marchés existants en France et/ou à l'étranger en collaboration avec les directions opérationnelles de l'entreprise (marketing, production et exploitation), en appréhendant et en tenant compte des différences culturelles et de marchés.
- Définir & formaliser une stratégie commerciale en cohérence et en collaboration avec les services concernés (directions générale / financières, etc.), dans le respect de la politique RSE et en prenant en compte les risques juridiques.
- Présenter et défendre la stratégie commerciale auprès de la gouvernance en communiquant avec assertivité sur les piliers & les leviers de développement commercial.
- Evaluer la performance commerciale selon les indicateurs définis et ajuster la stratégie commerciale. Réorienter si nécessaire le plan de la stratégie commerciale en proposant des pistes d'optimisations ou d'ajustements.

BLOC 2 – Organisation de la stratégie commerciale de l'entreprise (pre-sales)

109h00

- Etablir et formaliser un plan d'action commercial structuré précisant les ressources nécessaires à mettre en œuvre et les organiser afin d'atteindre les objectifs définis, et ce en cohérence avec la politique RSE.
- Découvrir le besoin client (fonctionnement du process achat client) et qualifier son expression afin de consolider les piliers et leviers de la stratégie commerciale.
- Définir et formaliser le tunnel de vente dans un objectif d'acquisition, de conversion et de fidélisation en identifiant par étapes, les objectifs, les actions et le résultat attendu.
- Concevoir, coconstruire, tester et mettre en place les prototypes de solutions, les moyens tactiques d'action et d'approches commerciales basées sur la prise en compte globale des observations issues de l'expérience et du parcours client.
- Construire, identifier et développer un réseau de contacts et/ou de partenaires en France et/ou à l'international pour la commercialisation et la distribution de ses produits / ses services en cohérence avec le tunnel de vente établi et les parcours d'achats. Fixer des objectifs par typologie de partenaires, clients, cibles et mesurer les résultats.
- Superviser, en lien avec les directions concernées, les montages et opérations financières des activités export et/ou associées aux ventes complexes.

BLOC 3 – Développement et pilotage de l'activité commerciale (Sales)

176h00

- Mettre en place un processus efficace de gestion d'opportunités et d'affaires en mode agile (revue d'affaires) synthétisant les données nécessaires pour démontrer la pertinence et la rentabilité d'un projet d'affaires et décider d'un Go-No go en toutes connaissances de cause.
- Identifier & sélectionner les appels d'offres stratégiques sur la base d'une analyse critériée. Y répondre avec les acteurs concernés. Prendre en charge personnellement les dossiers commerciaux stratégiques liés aux AO ou appels à projets afin d'accroître les chances de succès.
- Elaborer et piloter seul ou en lien avec un manager dédié, un plan d'affaires compte clefs, afin d'organiser les actions nécessaires à la bonne coopération entre l'entreprise et ses grands clients et assurer le bon déroulement des termes des contrats signés.
- Conduire tous types de négociations commerciales en clarifiant les termes et conditions de la transaction en prenant en compte la dimension subjective de la relation, les intérêts respectifs, le choix des solutions de repli et les contreparties. Justifier une proposition commerciale.
- Formaliser les bases d'accords commerciaux, les contrats de vente en respectant les obligations précontractuelles et contractuelles. Mentionner les éléments essentiels du contrat, prévoir les conditions de son acceptation, de son exécution et sa juridiction.
- Manager le processus d'animation des ventes.
- Apporter un appui technique aux équipes commerciales afin d'ajuster, d'optimiser le déploiement de leurs actions commerciales.

BLOC 4 – Optimisation de l'administration (des ventes) commerciale

123h00

- Définir et structurer le processus ADV afin de suivre les affaires signées dans le but d'optimiser la gestion de la commande, de garantir le respect des étapes et de conserver la satisfaction client.
- Superviser la facturation, les avoirs clients ainsi que les impayés ou les litiges éventuels en réalisant des contrats de vente et des documents export (comme les certificats d'origine).
- Optimiser la politique de satisfaction pour une meilleure prise en charge des besoins et attentes des clients ainsi que pour accroître la performance, en conformité avec les normes qualité du secteur.
- Développer la fidélisation client de l'entreprise par une qualité relationnelle et une assistance facilitant la revente dans une approche partenariale.
- Gérer les désaccords et litiges commerciaux avec les clients, fournisseurs et distributeurs en privilégiant une approche amiable et partenariale.
- Assurer un reporting auprès de la DG grâce aux tableaux de bords et indicateurs partagés entre les services (R&D, production, achats, financiers) sur l'évolution des dossiers clients, les encours et suivi des commandes.

BLOC 5 – Management et animation des équipes commerciales

211h00

- Définir l'organisation et la structure du service commercial au regard des projets à conduire. En optimiser la cohérence. Etablir les budgets de fonctionnement, d'investissement et de recrutements nécessaires en étroite collaboration avec les directions générales, RH, administratives et financières.
- Identifier et anticiper les besoins en recrutement et les formaliser (fiche de poste – profil). Sélectionner les candidats et conduire (ou participer à) un entretien de recrutement. Intégrer les nouvelles recrues.
- Evaluer la performance et les besoins des collaborateurs en termes de temps, d'espaces et rythmes de travail dans le respect de la réglementation en vigueur en utilisant les techniques et outils adaptés.
- Promouvoir et développer les compétences au regard des besoins, des évolutions & des projets.
- Conduire les actions de l'équipe et/ou avec les parties prenantes concernées en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés afin d'optimiser l'intelligence collective, laisser les marges de manœuvre nécessaires pour que les collaborateurs expriment leur créativité afin de garder un taux de motivation élevé.
- Coordonner les activités au sein de l'équipe ou du groupe projet en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés pour faire travailler les collaborateurs en équipe connectée.
- Adapter son mode de management relationnel en fonction des situations et en utilisant les méthodes et techniques associées.
- Piloter la conduite du changement en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés et dans un objectif d'amélioration continue.
- Conduire les projets en utilisant les méthodes, techniques et outils adaptés permettant de développer des collaborations efficientes et productives.

BLOC 6 – Développement du réseau professionnel

87h00

- Insérer l'entreprise dans les réseaux d'influence et la faire rayonner en sélectionnant et en utilisant les outils, techniques et méthodes adaptées. Communiquer de manière adaptée sur l'ensemble des réseaux mobilisés.
- Adopter une posture de qualité et d'ouverture dans un objectif de service rendu au client.
- Adopter une posture professionnelle cohérente, flexible et inclusive.

EPREUVES COMPLEMENTAIRES – Travaux professionnels

103h00

Mobilisation coordonnée des activités des Blocs de Compétences 1 à 6 dans un Mémoire professionnel, idéalement lié à la période en entreprise et validé par le responsable pédagogique. Le travail est effectué en temps limité sur une durée totale de 11 mois soutenu devant un jury. L'épreuve vise à développer des capacités à problématiser et résoudre une difficulté stratégique et opérationnelle concrète rencontrée par l'entreprise. Le salarié acquiert et met en œuvre des capacités d'analyse, de respect du formalisme académique et des exigences professionnelles. Il est encadré par des suivis et un module de Méthodologie de recherche.

IV. LES MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Dans le cadre de cette formation, les salariés sont accueillis dans des salles de cours équipées en postes informatiques et vidéoprojecteurs. Ils profitent, en parallèle d'une salle informatique, de photocopieurs et d'imprimantes en libre-service.

Dès leur inscription, les salariés se voient attribuer une adresse électronique et un compte informatique pour accéder au réseau Wifi de l'école et à la plateforme LMS.

A partir de la plateforme pédagogique collaborative 360 Learning (le « LMS »), les salariés disposent des éléments suivants : calendriers des études et des stages, emplois du temps, actualités et événements de l'école, attestation de formation, documents et informations administratives.

Les salariés ont également accès sur cette même plateforme aux contenus pédagogiques déposés : cours vidéo-enregistrés, les supports de cours, les documents de travail et les exercices, les consignes d'évaluation.

ICL dispose également sur ses campus de ressources multimédia ayant pour vocation de répondre aux besoins d'information et de documentation des salariés et des enseignants de l'école. Des ordinateurs connectés à internet sont également à disposition.

Les campus sur lesquels ICL est déployée sont classés ERP et permettent l'accueil de personnes en situation de handicap.

Méthodes pédagogiques

Le programme est découpé sur deux années de formation et se divise en 6 séquences distinctes. Chaque séquence correspond à un des 6 blocs de compétences du référentiel de compétences de la certification. Chaque séquence a une durée comprise, selon le bloc, entre 2 et 5 mois environ.

Chaque séquence et donc chaque bloc de compétences commence par une présentation introductory. Cette présentation indique aux salariés le contenu du bloc, son organisation, les compétences à acquérir, les thèmes et la ou les méthodes de suivi et de validation d'acquisition des compétences qui seront utilisé(s).

Faisant suite à la présentation introductory du Bloc, les salariés suivent des cours magistraux qui leur permettent de prendre connaissance des éléments théoriques indispensables à l'acquisition et à la mise en œuvre des compétences visées dans le bloc.

Chaque cours (sauf exception) est complété de contenus digitaux (blended/e-learning). Ces contenus sont accessibles via la plateforme LMS. Un suivi est réalisé par les équipes pédagogiques afin de suivre la progression des apprenants. Plusieurs indicateurs sont pris en compte : le taux de participation global, l'avancement individuel du parcours intégral, l'avancement individuel pour chaque séance du parcours, le temps passé. En cas de questions sur les contenus, l'apprenant peut solliciter le formateur référent du bloc lors du coaching final assuré en fin de bloc. Un accompagnement technique est également disponible sur la plateforme LMS. Un onglet « Support » permet d'ouvrir le centre d'aide à l'apprenant afin de consulter des ressources, ou envoyer un message en cas de problème ou question.

Les cours magistraux sont accompagnés de travaux (travaux individuels et/ou d'équipe en fonction des contraintes du référentiel de compétences de la certification) durant lesquels les salariés s'exercent à la mise en pratique des compétences. Les exercices de mise en pratique se basent majoritairement sur des cas réels créés en collaboration avec les entreprises partenaires de l'ICL. Les salariés sont encadrés dans la réalisation de ces travaux par des séances de coaching. Ces travaux dirigés peuvent prendre plusieurs formes : études de cas, simulations de missions de conseil, challenges commerciaux, jeux de rôle, etc...

Chaque bloc se clôture par la ou les épreuves finales de bloc. Ces épreuves reprennent les modalités d'évaluation du référentiel de compétences de la certification et clôturent le processus de suivi d'acquisition des compétences. Les épreuves sont suivies d'un moment d'échange entre formateurs et salariés pour opérer un retour d'expérience.

Préalablement à l'ensemble des actions décrites ci-dessus, l'année commence par un séminaire introductif de développement personnel renforçant l'esprit d'appartenance à l'école et la cohésion de groupe.

L'articulation transversale du programme permet de bâtir une progression pédagogique et de coordonner les enseignements et les missions réalisées en entreprise. De plus, l'organisation pédagogique des lancements de bloc, des cours magistraux, des travaux dirigés, des séances de coaching et des temps de retours d'expérience permettent aux salariés de mieux appréhender la transversalité des enseignements.

Chacun des 6 blocs du référentiel de compétences de la certification est animé par une équipe d'enseignant·e·s sélectionnés pour leur agilité pédagogique, leur parcours professionnel en lien avec les compétences du bloc et leur capacité d'accompagnement et de transmission.

Pour chaque bloc, un·e enseignant·e référent·e du Bloc est nommé·e. L'enseignant·e référent·e a la charge de la coordination pédagogique transversale des enseignements.

L'épreuve complémentaire du mémoire est un travail individuel dans lequel chaque salarié est accompagné de manière personnalisée par un·e référent·e le/la « tuteur/tutrice de mémoire ».

La ou le Responsable pédagogique du programme vient compléter le dispositif d'accompagnement en se portant garant du respect du programme, du référentiel de compétences de la certification, du processus de validation des compétences et de la coordination des enseignements.

V. LES MOYENS D'ENCADREMENT

Une équipe d'intervenant assure la qualité de la formation.

La liste est en annexe de ce document, elle est non exhaustive et sera mise à jour lors de la rentrée.

Un référent de la mobilité nationale et internationale est à la disposition des apprenants afin de les accompagner dans leur mobilité au sein de nos campus et à l'international : Philippe Akueson.

- Pour une mobilité nationale : referentmobilitenationale@competences-developpement.fr
- Pour une mobilité internationale : referentmobilitéinternationale@competences-developpement.fr

VI. LES SUIVIS ET ÉVALUATIONS

Suivi

Une feuille de présence numérique est éditée pour chacun des modules programmés. Ces feuilles de présence sont obligatoirement signées par l'apprenant et l'enseignant.

De plus, une enquête d'évaluation sur les enseignements est soumise en fin de chaque bloc aux apprenants. Ils évaluent pour chaque module :

- Adéquation des méthodes pédagogiques utilisées
- Respect du syllabus
- Supports et ressources utilisés
- Equilibre entre apports théoriques et pratiques
- Présentation des modalités d'évaluation

Évaluation et contrôle des compétences acquises en centre de formation

Il est accordé une importance toute particulière au bon fonctionnement des épreuves d'évaluation qui constituent pour l'équipe pédagogique d'encadrement un moyen privilégié d'appréciation du travail fourni par les salariés.

L'évaluation du travail du salarié est effectuée par bloc de compétences selon différents modes détaillés dans le référentiel de compétences de la certification (études de cas, jeux de rôle, dossier et travaux professionnels individuels ou collectifs).

L'évaluation s'effectue au moyen de grilles d'évaluation et de suivi d'acquisition des compétences composées de critères spécifiques à chacun des blocs de compétences, ces critères sont détaillés dans le référentiel de compétences de la certification

Un bloc de compétences est acquis lorsque l'ensemble des compétences du bloc sont validées. Les jurys sont la plupart du temps composés de deux personnes. Si une ou plusieurs compétences ne sont pas validées dans le bloc, le salarié peut se voir proposer un rattrapage par le conseil pédagogique (qui se réunit à la fin de chaque bloc de compétences).

Évaluation et contrôle des compétences acquises en entreprise

L'évaluation des compétences acquises en entreprise est majoritairement réalisée dans le cadre de la validation des compétences basée sur l'épreuve complémentaire mentionnée dans le référentiel de compétences de la certification et intégrée dans le programme par le biais du Mémoire. Les compétences professionnelles et comportementales du salarié sont appréciées et évaluées sur la base du dossier individuel et de sa soutenance de fin d'année.

Les missions en entreprise sont vérifiées lors du positionnement de l'apprenti au sein de sa structure d'accueil à par une fiche de validation de missions.

En sus, des bilans sont effectués au sein de l'entreprise d'accueil en présence du salarié afin de s'assurer de la bonne adéquation entre les missions réalisées en entreprise et les compétences de la certification préparée.

Ces bilans sont retranscrits au travers d'une grille de mission complétée par l'entreprise d'accueil.

Enfin une évaluation est réalisée par l'apprenant (auto-évaluation) et par le tuteur entreprise pour évaluer l'acquisition des compétences du référentiel de la certification en lien avec les missions réalisées en entreprise.

VII. LES CONDITIONS D'OBTENTION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE ou DU DIPLÔME

La certification professionnelle de niveau 7 (Eu) "Manager de la Stratégie Commerciale" enregistrée au RNCP sous le n°36518 par décision de France Compétence du 1^{er} juin 2022, délivrée par AIPF (*Certification en cours de renouvellement*), est attribuée par le jury de délivrance à tout apprenant ayant validé la totalité des blocs de compétences ainsi que l'épreuve complémentaire.

Composition du jury de délivrance de la certification

Qualité du / de la président·e du jury : Le/la président·e du jury est le/la Directeur/Directrice Général·e de l'AIPF, organisme certificateur.

Mode de désignation : Désigné par le/la Président·e de l'association AIPF, en Conseil d'Administration.

Le jury est composé de 5 personnes :

- Dont 3 personnalités externes, issues des milieux professionnels visés par la certification, indépendantes de l'organisme certificateur :
 - 1 représentant·e d'un organisme professionnel ;
 - 1 dirigeant·e d'entreprise ;
 - 1 professionnel·le salarié·e.
- Dont 2 représentant·e·s de l'organisme certificateur :
 - Le/la Directeur/Directrice Général·e ou son/sa représentant·e ;
 - Le/la Directeur/Directrice Académique de l'organisme certificateur ou son/sa représentant·e.

L'une des personnalités extérieures peut être un·e ancien·ne titulaire de la certification.

La composition du jury s'efforce de respecter la parité Hommes/Femmes.

Le jury national de délivrance de la certification se réunit une fois par an et statue sur la liste des salariés admis, ajournés et non certifiés. Les décisions du jury sont sans appel.

VIII. LES MODALITÉS D'ORGANISATION

Nos campus sont ouverts de 8h00 à 18h00.

Un guide « Bien vivre mon année, le guide de tous les services aux apprenants » est remis chaque année aux apprenants dès leur inscription. Ce guide comporte des informations sur l'accessibilité et l'aménagement du campus.

IX. RECUEIL DES APPRÉCIATIONS

Dans le cadre de sa démarche qualité, l'école recueille les appréciations des apprenants par module ou à la fin de chaque semestre sous la forme d'un questionnaire de satisfaction en ligne. Il recueille également la satisfaction globale des apprenants en fin de formation.

Les questions portent sur la formation ainsi que sur les conditions de vie et de travail à ICL.

Les données recueillies sont analysées et permettent d'assoir une démarche d'amélioration de la qualité des cours dispensés.

ANNEXE

Liste des intervenants du programme (liste non exhaustive)

NOM – Prénom	Qualification
AFONSO Amodio	Sales Export Manager
APPEL Laurence	Formatrice/Consultante management et relation client
BAJEUX Emilien	Formateur/Consultant acquisition leads et e-commerce
BAILLOT Pierre Jean	Formateur stratégie et développement commercial international
BARANGER Leila	Coach affaires internationales et innovation
BELAGUIDE Mounir	Formateur pilotage de la stratégie commerciale
BENYAMINA Nassim	Formateur commerce international et supply chain
BERDALLE Nicolas	Sales Regional Manager
BERRUYER Fabien	Directeur commercial et consultant/formateur management
BILLARD Maïka	Formatrice expression orale et communication professionnelle
BILLOUD Valentin	Formateur stratégie d'entreprise et animateur commercial
BLANC Olivier	Directeur marketing et ventes international
BLANC-GONNET Sylvie	Coach professionnelle management
BOUAZIZ Franck	Formateur management et stratégie commerciale
CARIOU Carole	Formatrice relation commerciale/négociation et ingénierie d'affaires grands comptes
CARTON Aloïs	Key Account Manager
CLEMENT Didier	Consultant/Coach management
COMES Gaelle	Formatrice/Consultante stratégie innovante et négociation internationale
COURBON Adrien	Expert développement commercial et gestion des opérations
COUSIN Sarah	Formatrice/Consultante négociation commerciale
DANG Ngoc-Phung	Formatrice supply chain et chef de projet Data
DAUPHIN Marine	Formatrice/Consultante accompagnement au changement
DAVID Frédéric	Ingénieur Avant-Ventes/BID Manager
DE CASTILLA Louisa	Formatrice stratégie d'entreprise
DELHOMME Céline	Formatrice management
DUBOC Claire	Formatrice/Consultante gestion entreprise et management
DUVILER Fabrice	Formateur négociation et directeur commercial

ESTEVE Virginie	Formatrice/Consultante mangement et développement commercial
FIX Olivier	Directeur de projet et formateur conduite de projet
FLAHAUT Thierry	Formateur développement commercial et mandataire d'assurance
FORSTER Lionel	Consultant vente, marketing et stratégie
FROSTIN Marine	Formatrice/Consultante intelligence émotionnelle
GEYZE Emmanuel	Formateur/Coach en expression orale professionnelle
GODET Pierrick	Formateur/Consultant développement commercial
GROUARD Louison	Formatrice/Consultante Social Media
GUERMONPREZ Christophe	Consultant/Formateur vente et prospection
GUTTIEREZ Manuela	Manager des ventes/Key Account Manager
GUYON Frank	Formateur optimisation, data, webmarketing
HAIE Kanita	Formatrice/Consultante management et stratégie commerciale
HERNANDEZ Thomas	Formateur stratégie commerciale
JACQUIN Christophe	Formateur négociation/ventes complexes et Senior Advisor
KINDEL Fabrice	Directeur digital, data et systèmes d'information
KOWALZCSYK Sébastien	Formateur/Consultant relation client et management de projet
LABOUPERIE Didier	Consultant développement commercial
LAHRECHE Samira	Formatrice marketing, communication et marketing digital
LASCARY Yannick	Formatrice/Consultante management et développement commercial
LEBLOND Thaddée	Formateur data mangement et expert en transition digitale
LE FELLIC Yoann	Formateur stratégie d'entreprises et prospection
LEMAIRE Catherine	Formatrice/Consultante en marketing relationnel et responsable commerciale
LOUAPRE Guillaume	Responsable juridique et contrats
MALINOWSKI Didier	Formateur/Consultant développement commercial et management
MARESCAL Noémie	Formatrice/Consultante stratégie marketing et parcours client
MARTIN Chrystèle	Formatrice développement commercial et marketing
MAURY Amandine	Formatrice et directrice d'agence immobilière
METRAL Malorie	Formatrice et coach professionnelle management
NANGY Terry	Formateur/Coach développement commercial
NICOLAS Aurore	Formatrice et directrice des opérations
OLLIVIER Jérôme	Formateur/consultant management

PAUL Mathilde	Formatrice/Consultante en innovation
PICOTIN Delphine	Formatrice management et directrice générale adjointe de cabinets de conseil
PILLE Sabine	Formatrice/Consultante management
RAUSCENT David	Formateur/Consultant management et accompagnement au changement
ROBIN Caroline	Formatrice/Consultante techniques de vente et négociation
ROUILLOON Tony	Formateur/Consultant stratégie d'entreprises
ROZIERES Arthur	Business Developer et Conseiller en systèmes d'information commercial
SALVATI Robin	Formateur marketing digital
SAMIE Sandra	Formatrice/Consultante management et organisation
SAVI Grégory	Formateur/Consultant management des systèmes d'information
SIBONI Jean-Bernard	Growth Hacker/Générateur de leads
SKOBE Frédéric	Directeur commercial et manager de transition
SLODCZYK Yann	Directeur et consultant commercial
THELLIEZ Olivier	Formateur en développement commercial et gestion de projets
TRENTESEAUX Olivier	Consultant en évolution professionnelle
URIEN Soizic	Formatrice/Consultante commerce et marketing
VELLUTTINI Jean-François	Formateur développement commercial et directeur commercial
VOIRON Aurélie	Directrice des ventes et Key Account Manager