

Bloc RNCP de 14 jour(s)
Réf : ZGE

Participants

Commerciaux, responsables d'entreprise souhaitant acquérir une expertise en développement commercial.

Pré-requis

Être titulaire d'un diplôme bac +3. Connaissances de base des techniques commerciales et expérience souhaitable en vente.

Prix 2021 : 6280€ HT

Dates des sessions

PARIS

31 mar. 2021, 30 juin 2021
30 sep. 2021

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui

Parcours certifiant Gestion et entrepreneuriat

Bloc de compétences d'un titre RNCP

Ce parcours de formation représente le deuxième bloc de compétences constituant le titre certifié de Niveau 7 (Bac+5) "Manager du développement commercial et entrepreneuriat" reconnu par l'État. L'ensemble de ces formations vous permettra d'acquérir et de valider les compétences nécessaires pour maîtriser les outils de diagnostic stratégique d'une entreprise, comprendre le fonctionnement financier, évaluer et vendre un Business Plan ainsi que gérer un processus de négociation d'achat et de vente de sociétés.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Maîtriser les outils de diagnostic stratégique d'une entreprise
Savoir transformer une idée en projet
Comprendre le fonctionnement financier
Gérer un processus de négociation d'achat et de vente de sociétés
Réaliser une analyse du marché et de la concurrence
Piloter la stratégie de l'entreprise
Utiliser les techniques de valorisation pour situer la valeur d'une entreprise
Savoir prendre des décisions pertinentes

1) Schéma directeur de la stratégie d'entreprise et diagnostic stratégique

2) Les outils d'aide à l'analyse stratégique

3) Approfondir les dimensions marketing et ventes

4) Maîtriser les concepts clés de la gestion et de la finance

5) Utilité et objectifs du Business Plan

6) Les principales méthodes d'évaluation d'une entreprise

7) Mettre en œuvre les principales méthodes de flux

8) Comprendre les différentes opérations en capital-investissement

9) Principes-clés et mécanismes des LBO

10) Les modalités juridico-financières

Certification

Chaque bloc de compétences est validé au travers d'un examen écrit sous forme d'étude de cas (cf Réf ZGE).

1) Schéma directeur de la stratégie d'entreprise et diagnostic stratégique

- Définir la politique générale de l'entreprise.
- Promouvoir la vision ou finalité de l'entreprise.
- Déployer les objectifs stratégiques.
- Analyse externe.
- Identifier vos concurrents.
- Evaluer l'offre et la demande du marché.
- Etudier la dynamique concurrentielle.
- Diagnostic interne.
- Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
- Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
- Evaluer les compétences internes et leur transfert.

Travaux pratiques

Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

2) Les outils d'aide à l'analyse stratégique

- Utiliser les matrices PEST et SWOT.
- Identifier les facteurs clés de succès.
- Créer la chaîne de valeur.
- Situer les cinq forces de Porter.
- Construire les matrices BCG et Mac Kinsey.

Travaux pratiques

Construire la matrice SWOT et BCG de son entreprise.

3) Approfondir les dimensions marketing et ventes

- Réaliser une étude de marché.
- Cerner son marché. Analyser la demande.
- Faire des prévisions de vente.
- Bâtir un plan de développement marketing.
- Valider la structure du chiffre d'affaires (business model).
- Définir le mix de lancement.
- Etablir le plan de vente.

Travaux pratiques

est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

Réflexion sur les aspects marketing opérationnel des projets des participants.

4) Maîtriser les concepts clés de la gestion et de la finance

- Evaluer les besoins et les ressources.
- Etablir le compte de résultat prévisionnel.
- Calculer les flux de trésorerie et la rentabilité du projet.
- Identifier et contacter les financeurs potentiels.

Travaux pratiques

Les participants travaillent sur un tableur en réalisant les tableaux financiers de leur projet.

5) Utilité et objectifs du Business Plan

- La formalisation des idées, de la vision stratégique.
- Le positionnement du projet.
- La définition du modèle économique.
- Les chiffrages financiers.
- Obtenir des financements au niveau des investissements, de l'exploitation.
- Trouver des associés, des partenaires industriels, commerciaux...
- Disposer d'un outil pour monitorer et piloter le projet.

Travaux pratiques

Description des différents types de modèle économique.

6) Les principales méthodes d'évaluation d'une entreprise

- Méthodes patrimoniales.
- Méthodes analogiques (par comparaison).
- Méthodes par les flux.
- Méthode du capital immatériel.

Travaux pratiques

Les participants construisent leur Business Plan. Présentation devant le groupe suivie d'échanges.

7) Mettre en œuvre les principales méthodes de flux

- Risque, bêta et taux d'actualisation. L'échantillon. Les corrections.
- Le coût moyen pondéré du capital (WACC).
- Actualisation des dividendes.
- Actualisation des flux de trésorerie disponibles (free cash flow ou méthode DCF).
- Pièges de la méthode DCF. Business Plan. Taux de croissance et valeur terminale.

Etude de cas

Construire un tableau de flux de trésorerie disponibles. Estimation de la valeur de marché des capitaux propres d'une société. Calcul d'un taux de rendement requis pour les actionnaires.

8) Comprendre les différentes opérations en capital-investissement

- Définitions : capital-risque, capital développement, capital transmission.
- Méthodes d'évaluation des sociétés-cibles.
- Relations avec les investisseurs institutionnels : structure, profil et gestion des fonds.
- Valorisation et T.R.I. attendu des fonds d'investissement.
- Sources de financements bancaires spécifiques : obligations convertibles, titrisation...

Travaux pratiques

Comparatif de différents projets et calcul de TIR.

9) Principes-clés et mécanismes des LBO

- Trois effets de levier vertueux du LBO : fiscal, financier et juridique.
- Variantes du LBO : MBI, OBO, BIMBO, LBO secondaire.
- Rôle du Holding et impact de l'intégration fiscale.
- Typologies des dettes : dettes hybrides, mezzanines.
- Différentes typologies de situations : cibles éligibles.
- Impact du capital-transmission sur les managers.

Etude de cas

Projet de reprise d'une société cible en LBO.

10) Les modalités juridico-financières

- Pacte entre investisseurs et actionnaires non-managers.
- Clauses relatives au capital : covenants, clauses de sortie, clauses de sauvegarde.
- Fonctionnement des instances dirigeantes et de contrôle.
- Règles de gouvernance et suivi de la participation.
- Montage du financement et documentation juridique.
- Levée des conditions suspensives et closing.

Travaux pratiques

QCM : contrôle des connaissances et approfondissement.