

Manager de business unit (BADGE CGE)

RNCP38615 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310m
Formacode(s)	32024
Code(s) ROME	M1302
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	09/02/2024
Date d'échéance	09/02/2026

Certificateur(s)

GROUPE RENNES SCHOOL OF BUSINESS · SIRET : 37832751400014

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CEPI MANAGEMENT	43433186400018	Former et organiser l'évaluation
KOEVOLIS	94455201700013	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager de Business Unit a la responsabilité de rentabiliser et de développer, de façon autonome, les activités d'une entité stratégique (filiale, succursale, point de vente...). Il en assure la gestion sur les plans administratifs, commercial et financier. Il est également en charge de l'encadrement managérial de son équipe.

ACTIVITÉS VISÉES

Positionnement de l'organisation dans son environnement
Définition d'une stratégie responsable pour son unité
Préparation du projet
Conduite du projet
Coordination de la stratégie marketing de son unité
Accompagnement à la mise en oeuvre de la stratégie commerciale de son unité
Définition du budget de l'unité
Suivi de la performance financière
Développement de sa posture managériale
Gestion des individus, des interactions et des compétences

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Définir la situation concurrentielle de l'organisation, en évaluant la structure de marché, et sa segmentation, et évaluant les opportunités et menaces de l'environnement global, de la structure de l'industrie et de la compétition directe, afin d'analyser l'environnement et d'en tirer les conclusions pour le périmètre de son unité
Analyser la stratégie de l'organisation, en tenant compte de son positionnement sur le marché, de ses ressources et en qualifiant le rôle de l'unité dans cette stratégie globale, afin d'identifier les aspects sur lesquels le centre peut

concourir à la stratégie globale

Décliner la stratégie d'entreprise dans son unité, en s'appuyant sur les outils et concepts de l'analyse stratégique et en tenant compte de la place du centre de profit pour l'entreprise et en cherchant à allier performance économique, sociale et environnementale, afin de pleinement contribuer au développement de la structure

Piloter le développement de son unité, en définissant les facteurs clés de succès ainsi qu'un plan d'action cohérent avec les ressources disponibles ou envisageables, afin de garantir la mise en œuvre du plan de développement envisagé dans de bonnes conditions

Définir la raison d'être d'un projet de développement, en tenant compte des aspects économiques, de RSE, et en adaptant la présentation des informations aux acteurs concernés (direction financière, opérationnelle...), afin de s'assurer de la bonne appropriation des enjeux par chacun, et ainsi favoriser la réussite du projet

Structurer le projet, en déterminant les enveloppes budgétaires, le calendrier, les équipes avec le rôle et les responsabilités des différentes parties prenantes, afin de garantir un cadre de travail clair.

Animer la conduite du projet au fil de l'eau, en adaptant la méthodologie et à la composition aux imprévus éventuels, et en accompagnant les équipes projet face à ces évolutions, afin de concilier atteinte des objectifs, performance et bien-être des équipes

Clôturer le projet, en partageant les résultats du travail, en collectant les retours des équipes et en analysant les éventuels écarts avec le cadre initialement défini, afin de tirer les enseignements nécessaires pour les projets futurs

Mettre en œuvre un plan d'action marketing pour son unité, en tenant compte de l'ensemble des canaux de diffusion (digital...), en s'appuyant sur une analyse du marché, un diagnostic interne et en structurant ses 10 P, afin de garantir la pertinence de la stratégie marketing de l'unité

Animer le suivi de la performance marketing, en définissant les indicateurs de succès à analyser, en vérifiant leur évolution et en analysant les causes de succès ou d'échec, afin de disposer des informations nécessaires pour faire évoluer le plan d'action marketing

Construire un plan d'action commercial pour son unité, en s'appuyant sur une analyse du marché et un diagnostic interne et en tenant compte à la fois des enjeux d'acquisition et de fidélisation des clients, afin de garantir la pertinence de la stratégie commerciale de l'unité

Animer le suivi de la performance commerciale, en définissant les indicateurs de succès à suivre, en suivant leur évolution et en analysant les causes de succès ou d'échec, afin de disposer des informations nécessaires pour faire évoluer le plan d'action commercial

Déterminer le budget prévisionnel d'une unité, en déterminant son chiffre d'affaires, ses charges prévisionnelles, en calculant le fond de roulement et le besoin en fond de roulement, afin de clarifier la trajectoire financière de l'entreprise

Prévoir les besoins de financement de l'unité, en mettant en rapport les projets de développement de l'entreprise et les enveloppes tirées du budget prévisionnel, afin de prioriser les projets ou déterminer les éventuelles enveloppes de financements complémentaires à rechercher

Concevoir des tableaux de bord, en tenant compte des ratios essentiels et en définissant la source et la manière de collecter les différentes données, afin de faciliter le suivi au quotidien de la performance économique de l'unité

Analyser les écarts avec le plan de financement initial, en identifiant les causes de décalage (en termes d'augmentation des coûts, de baisse des recettes...), afin de définir des mesures correctives et d'adapter le plan de financement

Construire son leadership, en prenant du recul sur son propre comportement de manager, en montrant l'exemple et en traduisant dans ses actions et comportements l'impulsion souhaitée, afin de contribuer à l'implication des collaborateurs

Mettre en place des conditions de travail attractives, en adoptant une flexibilité comportementale dans la gestion des relations et en répondant aux besoins spécifiques de l'équipe (inclusion, intégration du handicap, adaptation du temps de travail en fonction des situations...) afin de stabiliser les équipes

Faire évoluer les collaborateurs en préparant et conduisant les différents entretiens au fil d'une carrière (recrutement, évaluation, entretien annuel...) en lien avec la politique RH de l'entreprise, en définissant les axes de progrès et points forts du collaborateur, en envisageant son évolution au sein de l'unité ou de l'organisation et en recueillant ses souhaits de formation, afin de créer une relation plus personnelle avec le collaborateur et pour le fidéliser

Animer et organiser des réunions collectives et individuelles, en favorisant la communication des informations et en anticipant et gérant les conflits, afin de garantir la fluidité des échanges au sein des équipes et de créer une dynamique de groupe

Blocs de compétences

RNCP38615BC01 — Développer la stratégie opérationnelle de son unité

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir la situation concurrentielle de l'organisation, en évaluant la structure de marché, et sa segmentation, et évaluant les opportunités et menaces de l'environnement global, de la structure de l'industrie et de la compétition directe, afin d'analyser l'environnement et d'en tirer les conclusions pour le périmètre de son unité

Analyser la stratégie de l'organisation, en tenant compte de son positionnement sur le marché, de ses ressources et en qualifiant le rôle de l'unité dans cette stratégie globale, afin d'identifier les aspects sur lesquels le centre peut concourir à la stratégie globale

Décliner la stratégie d'entreprise dans son unité, en s'appuyant sur les outils et concepts de l'analyse stratégique et en tenant compte de la place du centre de profit pour l'entreprise et en cherchant à allier performance économique, sociale et environnementale, afin de pleinement contribuer au développement de la structure

Piloter le développement de son unité, en définissant les facteurs clés de succès ainsi qu'un plan d'action cohérent avec les ressources disponibles ou envisageables, afin de garantir la mise en œuvre du plan de développement envisagé dans de bonnes conditions

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée - Livrable écrit - Présentation orale

RNCP38615BC02 — Piloter un projet de transition dans sa globalité

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir la raison d'être d'un projet de développement, en tenant compte des aspects économiques, de RSE, et en adaptant la présentation des informations aux acteurs concernés (direction financière, opérationnelle...), afin de s'assurer de la bonne appropriation des enjeux par chacun, et ainsi favoriser la réussite du projet.

Structurer le projet, en déterminant les enveloppes budgétaires, le calendrier, les équipes avec le rôle et les responsabilités des différentes parties prenantes, afin de garantir un cadre de travail clair.

Animer la conduite du projet au fil de l'eau, en adaptant la méthodologie et à la composition aux imprévus éventuels, et en accompagnant les équipes projet face à ces évolutions, afin de concilier atteinte des objectifs, performance et bien-être des équipes

Clôturer le projet, en partageant les résultats du travail, en collectant les retours des équipes et en analysant les éventuels écarts avec le cadre initialement défini, afin de tirer les enseignements nécessaires pour les projets futurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée - Livrable écrit - Présentation orale

RNCP38615BC03 — Conduire le plan d'action marketing et commercial de l'unité

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en œuvre un plan d'action marketing pour son unité, en tenant compte de l'ensemble des canaux de diffusion (digital...), en s'appuyant sur une analyse du marché, un diagnostic interne et en structurant ses 10 P, afin de garantir la pertinence de la stratégie marketing de l'unité

Animer le suivi de la performance marketing, en définissant les indicateurs de succès à analyser, en vérifiant leur évolution et en analysant les causes de succès ou d'échec, afin de disposer des informations nécessaires pour faire évoluer le plan d'action marketing

Construire un plan d'action commercial pour son unité, en s'appuyant sur une analyse du marché et un diagnostic interne et en tenant compte à la fois des enjeux d'acquisition et de fidélisation des clients, afin de garantir la pertinence de la stratégie commerciale de l'unité

Animer le suivi de la performance commerciale, en définissant les indicateurs de succès à suivre, en suivant leur évolution et en analysant les causes de succès ou d'échec, afin de disposer des informations nécessaires pour faire évoluer le plan d'action commercial

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée - Livrable écrit

RNCP38615BC04 — Gérer la performance financière de son unité

LISTE DE COMPÉTENCES

Déterminer le budget prévisionnel d'une unité, en déterminant son chiffre d'affaires, ses charges prévisionnelles, en calculant le fond de roulement et le besoin en fond de roulement, afin de clarifier la trajectoire financière de l'entreprise

Prévoir les besoins de financement de l'unité, en mettant en rapport les projets de développement de l'entreprise et les enveloppes tirées du budget prévisionnel, afin de prioriser les projets ou déterminer les éventuelles enveloppes de financements complémentaires à rechercher

Concevoir des tableaux de bord, en tenant compte des ratios essentiels et en définissant la source et la manière de collecter les différentes données, afin de faciliter le suivi au quotidien de la performance économique de l'unité

Analyser les écarts avec le plan de financement initial, en identifiant les causes de décalage (en termes d'augmentation des coûts, de baisse des recettes...), afin de définir des mesures correctives et d'adapter le plan de financement

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

- Livrable écrit

RNCP38615BC05 — Développer une équipe dans le cadre d'une unité

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire son leadership, en prenant du recul sur son propre comportement de manager, en montrant l'exemple et en traduisant dans ses actions et comportements l'impulsion souhaitée, afin de contribuer à l'implication des collaborateurs

Mettre en place des conditions de travail attractives, en adoptant une flexibilité comportementale dans la gestion des relations et en répondant aux besoins spécifiques de l'équipe (inclusion, intégration du handicap, adaptation du temps de travail en fonction des situations...) afin de stabiliser les équipes

Faire évoluer les collaborateurs en préparant et conduisant les différents entretiens au fil d'une carrière (recrutement, évaluation, entretien annuel...) en lien avec la politique RH de l'entreprise, en définissant les axes de progrès et points forts du collaborateur, en envisageant son évolution au sein de l'unité ou de l'organisation et en recueillant ses souhaits de formation, afin de créer une relation plus personnelle avec le collaborateur et pour le fidéliser

Animer et organiser des réunions collectives et individuelles, en favorisant la communication des informations et en anticipant et gérant les conflits, afin de garantir la fluidité des échanges au sein des équipes et de créer une dynamique de groupe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée - Livrable écrit - Présentation orale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les Managers de Business Unit interviennent dans tous secteurs d'activité (industrie, services, commerce...)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef d'agence (commerciale, de voyage, de location de véhicule...)

Directeur (d'agence, d'unité, de centre de profit, de mission locale, de PME/PMI...)

Responsable d'agence (commerciale, de placement, d'insertion par l'économie, de centre de profit, de PME...)

Responsable d'activité

Manager de Centre de profit / Business Unit

Directeur des opérations

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Sans objet

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Projets de recrutement (BMO 2026)	308
Jugés difficiles à recruter	33 %
Emplois saisonniers	0 %
Familles professionnelles (FAP)	L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'un diplôme de niveau supérieur ou égal au niveau 5, et posséder une expérience professionnelle d'au moins trois années.

VAPP (Validation des Acquis Professionnels et Personnels)

Sont également recevables, les candidatures de français ou d'étrangers titulaires d'un diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le jury de certification est composé d'au moins 2 membres dont 1 professionnel externe

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 692 €
Selon la branche	6 000 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
8 692 €	Valeur par défaut · 188 branches
12 000 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEFP commerces quincaillerie
10 140 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide
9 260 €	CPNE des Vins et Spiritueux, CPNEFP des entreprises d'expédition et d'exportation de fruits et légumes
7 923 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP des industries des tuiles et briques
10 865 €	CPNE des Télécoms
10 864 €	CPNE Travail Temporaire
10 000 €	CPNE des exploitations frigorifiques
9 600 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
9 000 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 057 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 036 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
7 243 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

Base légale

Date de décision	09/02/2024
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	09/02/2026
Date de dernière délivrance possible	09/02/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	15	1	100 %	83 %
2021	13	0	100 %	91 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36282

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP41774

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36282

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Manager de Business Unit "Parcours Manager"

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38615/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	116
Parcours menés à terme	106
Taux d'achèvement	91 %
Période	05/2024 – 08/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	122
Montant total engagé	292 301 €
Coût moyen par dossier	2 396 €
Durée moyenne	71 h

Période	03/2024 – 01/2026
France compétences	93 %
Reste à charge titulaire	4 %
Entreprise	3 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.