

Manager des entreprises et des organisations

RNCP40353 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32043, 32047, 32025
Code(s) ROME	M1301, M1302, M1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/03/2025
Date d'échéance	28/03/2030

Certificateur(s)

MBA INSTITUTE · SIRET : 50388652500024

CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE · SIRET : 75313914600017

CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

INSTITUT FRANCAIS DE GESTION · SIRET : 43219776200185

ADEFI FORMATION · SIRET : 49815719700035

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100074

ADEFI FORMATION · SIRET : 49815719700068

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE · SIRET : 97855127300011

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200022

Partenaires habilités

7 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 7 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADEFI FORMATION	49815719700068	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST	33764282100074	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	97855127300011	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	91487009200022	Former et organiser l'évaluation
CTRE ETUDES FORMATION ALPES SAVOIE	75313914600017	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT FRANCAIS DE GESTION	43219776200185	Former et organiser l'évaluation
MBA INSTITUTE	50388652500024	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager des entreprises et des organisations est le pilote de l'entreprise. Il définit la stratégie et les objectifs qui en découlent en étant garant de la pérennité de la structure.

Pour ce faire, il conçoit les orientations financières et budgétaires, commerciales, marketing de l'entreprise ou de

l'organisation et les alignent avec les normes éthiques et durables. Il assure alors le bon fonctionnement général en allouant les ressources humaines et techniques nécessaires au déploiement de la stratégie définie. Il est apte à mener des projets de transformation de l'entreprise et accompagne le changement tout en veillant au bien être des collaborateurs et à leur formation continue.

Afin de piloter l'activité de l'entreprise, le Manager des entreprises et des organisations assure une veille sur son périmètre d'activité ainsi que sur l'évolution des exigences et des tendances de consommation de ses clients permettant ainsi à la structure de rester concurrentielle et d'adapter son fonctionnement, ses services ou ses produits. Il construit et entretient un réseau de partenaires solide.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse et compréhension fine de l'environnement de sa structure

Définition de la stratégie et des objectifs stratégiques de l'entreprise

Arbitrage et orchestration des décisions relevant de la stratégie financière

Contrôle et optimisation des performances financières et extra-financières.

Définition et pilotage de la stratégie marketing

Pilotage et déploiement de la stratégie commerciale

Suivi et optimisation des performances marketing et commerciales

Recrutement, intégration et développement des équipes et des talents

Management d'équipes et pilotage des transformations organisationnelles

Activités complémentaires en fonction du parcours choisi par le candidat :

Option 1 - Développer un projet d'entrepreneuriat et/ou d'intrapreneuriat

Définition et validation du projet en tenant compte des contraintes externes et internes

Élaboration du modèle économique, rédaction du business plan et recherche de financements

Déclaration d'activité et démarches administratives

Option 2 - Piloter et déployer les projets de responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise

Analyse et définition du projet RSE (label, certification) adapté à la structure

Coordination de la mise en œuvre des labels et certifications RSE

Sensibilisation, formation et valorisation des actions RSE

Option 3 - Développer une activité de consulting en stratégie d'entreprise

Audit organisationnel et expertise du secteur

Définition et accompagnement de la mise en œuvre des projets de transformation

Création et développement d'un réseau de clients et de partenaires

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser les données économiques, concurrentielles, réglementaires, et technologiques de son périmètre en utilisant des outils de veille stratégique et en cartographiant les risques externes (politiques, économiques, écologiques, sociaux et technologiques) afin d'identifier les opportunités de développement, d'anticiper les évolutions sectorielles et de minimiser l'exposition de l'entreprise aux crises potentielles

Mener un diagnostic interne de l'entreprise ou de l'organisation pour déterminer les forces et les faiblesses de l'entreprise, en définir la problématique stratégique en prenant en compte les enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), les résultats de la veille stratégique et la cartographie des risques

Évaluer les impacts environnementaux, organisationnels, humains et éthiques de l'activité économique à l'échelle de l'entreprise, ainsi que les opportunités de positionnement comme acteur du développement durable en mobilisant des experts et ses connaissances des enjeux, des cadres réglementaires nationaux, européens et internationaux en matière de Développement Durable et de RSE, ainsi que les méthodes et outils de prospective et d'évaluation

Définir la stratégie générale de l'entreprise en établissant les priorités stratégiques (marchés, produits/services), les objectifs, et les lignes directrices en matière d'investissements en ressources humaines et en technologies, en intégrant les évolutions digitales (stratégies numériques, big data, IA, gestion des données) et les enjeux RSE, afin d'aligner la stratégie business et améliorer la création de valeur

En interne, présenter et faire adhérer les directeurs/responsables des services à la vision stratégique de l'entreprise en organisant des comités de direction et des comités exécutifs pour permettre la compréhension et la déclinaison opérationnelle de la stratégie globale et des objectifs associés

En externe, défendre sa stratégie et les résultats financiers auprès des investisseurs (actionnaires, banquiers) en réalisant des projections de croissance à court, moyen et long terme afin de faire valider les besoins en ressources, en investissements ainsi que justifier des résultats passés et futurs

Évaluer les besoins financiers des différentes unités de l'entreprise en cohérence avec les priorités stratégiques

(marchés, produits/services, innovations, RSE), en calculant les marges et la rentabilité pour orienter la prise de décision puis allouer les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs de croissance et de performance durable Arbitrer et mettre en œuvre des modes de financement adaptés aux orientations stratégiques de l'entreprise, en intégrant les nouvelles pratiques de finance durable (green bonds, fonds d'impact) et en gérant les risques financiers identifiés lors de l'analyse stratégique

Garantir la fiabilité et la validité des informations financières et extra-financières, ainsi que le bon alignement avec la stratégie d'entreprise et les obligations réglementaires, puis s'assurer de la mise à disposition de ces informations afin de répondre aux normes et réglementations

Piloter les flux financiers et extra-financiers via des outils de gestion de la performance, en identifiant les écarts par rapport aux projections, et en mettant en place des actions préventives ou correctives à des fins de gestion équilibrée

Analyser les états financiers (compte de résultat, bilan, trésorerie) en tenant compte des projections stratégiques et des indicateurs de performance ESG pour proposer des actions d'optimisation et de croissance durable

Structurer et présenter de manière argumentée les synthèses des états financiers en adaptant le contenu et le format aux différents publics concernés (dirigeants, managers, collaborateurs, actionnaires, banquiers), afin de faciliter la compréhension et la prise de décision stratégique et/ou opérationnelle

A l'aide de critères de segmentation adaptés, valider les principaux segments cibles de l'entreprise sur ses domaines d'activités majeurs, et y décliner la stratégie retenue en plan marketing en intégrant des critères de durabilité et de pratiques RSE pour répondre aux attentes sociétales et environnementales

Déterminer, sur chaque segment cible, le positionnement et les canaux de communication adaptés (incluant les canaux digitaux), afin de maximiser la visibilité et l'engagement client

Planifier et orchestrer la mise en œuvre des actions marketing en fonction des objectifs stratégiques de l'entreprise, en intégrant des outils digitaux, des solutions d'automatisation, et des systèmes CRM afin d'optimiser la gestion de la relation client et améliorer l'engagement et la rétention

Définir la stratégie commerciale et la piloter en mode projet, en adoptant des méthodes agiles pour gérer les priorités, allouer les budgets, fixer les échéances et livrables, et ajuster le plan d'action afin de respecter les objectifs stratégiques et financiers de l'entreprise

Elaborer et superviser la stratégie de négociation commerciale en adoptant une posture et un discours adaptés à son public (clients ou fournisseurs), en s'appuyant sur des insights issus de l'analyse des données, pour obtenir des conditions avantageuses tout en respectant les objectifs de rentabilité et les engagements de l'entreprise (RSE comprise)

Suivre et analyser les indicateurs clés de performance (ex : taux de clics, coût par acquisition, ROI) de la stratégie marketing à l'aide d'outils d'analyse de données et de Business Intelligence afin d'ajuster les campagnes en fonction des résultats pour optimiser la performance

Suivre les résultats et évaluer les retombées de la stratégie commerciale à l'aide d'indicateurs de performance (chiffre d'affaires, marges, taux de conversion notamment) et utiliser des outils d'analyse (automatisation, IA) pour identifier les écarts par rapport aux objectifs et mettre en place des actions correctives

Co-construire et piloter des initiatives d'amélioration continue au sein des équipes marketing et commerciales, en identifiant des leviers d'optimisation (processus, digitalisation) pour maintenir la compétitivité et l'efficacité de l'organisation

Analyser les besoins en recrutement des différents services pour s'assurer que les équipes disposent des ressources et compétences nécessaires, quantitativement et qualitativement, en vue d'atteindre les objectifs stratégiques tout en favorisant le développement des collaborateurs en place par des ajustements de formation et d'accompagnement

Mener des entretiens de recrutement pour évaluer les compétences techniques et comportementales des candidats, en appliquant une politique de diversité et d'inclusion, afin de sélectionner les profils les plus adaptés et garantir la polyvalence des équipes

Concevoir une politique de recrutement inclusive et piloter la mise en œuvre d'un processus d'intégration complet couvrant l'ensemble du parcours des collaborateurs, de leur arrivée jusqu'à leur départ, en coordonnant les actions de formation à la culture d'entreprise, de sensibilisation à la diversité, et en s'assurant du respect des bonnes pratiques d'inclusion

Évaluer les compétences des collaborateurs et piloter une politique de formation continue pour renforcer l'employabilité et la montée en compétences des collaborateurs à travers la synthèse des évaluations et entretiens, le suivi régulier des parcours de carrière, la promotion interne et la gestion des talents

Animer et motiver des équipes multiculturelles et multigénérationnelles en adaptant les pratiques managériales et en mettant en place des dispositifs de reconnaissance équitable (gestion des performances, salaires et primes) pour renforcer l'engagement et la fidélisation des talents à long terme

Structurer des équipes en mode agile, en répartissant efficacement les rôles et responsabilités dans une démarche inclusive, et assurer une coordination continue des actions et priorités à chaque étape du projet pour garantir le respect des délais et la collaboration interdisciplinaire

Accompagner les équipes dans les changements organisationnels en proposant des formations spécifiques et un soutien personnalisé pour faciliter l'adaptation aux nouvelles technologies ou processus, tout en renforçant les compétences et l'engagement des collaborateurs

Développer des stratégies de continuité opérationnelle face aux perturbations (telles que des interruptions technologiques, des restructurations ou des fluctuations du marché) en ajustant les processus et en mobilisant rapidement les ressources pour limiter l'impact sur les opérations et soutenir l'engagement des collaborateurs

Option 1 :

Définir un projet de création d'entreprise ou de reprise d'entreprise en utilisant des techniques de créativité, d'innovation, et en tenant compte de ses atouts, de ses contraintes, de ses moyens actuels et de son cadre de référence et adapter la définition du projet en fonction des spécificités internes et externes identifiées

Évaluer l'opportunité de l'offre retenue en réalisant une étude de marché, en testant, en validant sa pertinence auprès de cibles potentielles (concept, gamme de prix, fréquence d'achat, tranche d'âge, territoire géographique...) et en procédant à un benchmark pour confirmer la proposition de valeur

Déterminer le modèle économique approprié, afin de construire un projet d'entreprise cohérent, durable, et innovant en s'inspirant des modèles économiques récents et dans une perspective durable, tout en intégrant une analyse des coûts, des sources de revenus, et des risques pour assurer la viabilité du projet

Rédiger un business plan détaillé qui couvre l'organisation, les compétences requises, et les investissements nécessaires (administratif, R&D, production, distribution, ressources humaines, financier), sur la base du concept validé afin de démontrer la pertinence du projet, d'anticiper les besoins en financement

Préparer et présenter un pitch convaincant pour défendre le projet d'entreprise et lever des fonds auprès d'investisseurs, partenaires financiers et d'affaires (associés, banques, sponsors, aides publiques), en démontrant la viabilité économique, stratégique et les opportunités de croissance du projet afin de sécuriser son lancement et sa pérennité

Définir l'identité de marque et l'identité visuelle de son entreprise et en assurer la protection juridique par le dépôt du nom de l'entreprise, la protection de la propriété intellectuelle (brevets, marques, droits d'auteur), et la sécurisation du nom de domaine du site web

Définir le statut juridique et fiscal de l'entreprise et gérer l'ensemble des démarches administratives et de sécurité personnelle du gérant, ainsi que les démarches afférentes aux engagements financiers, en collaboration avec des experts juridiques et financiers pour garantir la conformité

Construire et développer un réseau professionnel solide, en identifiant les acteurs clés de son secteur, en participant à des événements professionnels, et en utilisant des outils de networking pour créer des partenariats stratégiques, renforcer la visibilité de l'entreprise, accéder à des opportunités de développement et faciliter l'entrée sur le marché cible

Option 2 :

Mener un audit approfondi de la politique RSE de l'entreprise, en évaluant les actions menées et ambitionnées, les ressources disponibles, et le soutien de la direction afin d'évaluer la maturité de l'organisation et les opportunités d'une démarche de certification ou de labellisation RSE

Analyser les dynamiques et les interactions entre les parties prenantes internes pour identifier les résistances au changement, les divergences de valeurs, et les défis d'engagement afin d'adapter les stratégies de communication et d'accompagnement pour surmonter ces résistances, mobiliser les équipes, et renforcer l'adhésion au projet RSE

Arbitrer entre les labels ou les certifications RSE existants, pour sélectionner le plus pertinent à adopter, qu'il soit sectoriel (Enseigne Responsable, BioEntrepriseDurable) ou non (B Corp, Engagé RSE, LUCIE, EcoVadis, ISO 14001, ISO 26000), en tenant compte des impacts sur le Business Model, des spécificités de la structure et de son degré de maîtrise et d'engagement sur ces enjeux afin de renforcer la réputation et la compétitivité de l'entreprise

Piloter la démarche d'obtention du label ou de la certification en appliquant une méthodologie qualité, en créant des outils de suivi et de pilotage et en déployant un processus d'amélioration continue afin de répondre aux standards requis

Défendre le dossier auprès des organismes certificateurs en préparant les éléments de preuve et en s'appuyant sur le protocole préparé en amont pour l'audit afin de démontrer le respect du cahier des charges requis pour l'obtention du label ou de la certification

Mettre en place des actions de communication interne et d'engagement en créant des comités participatifs internes par thématique et/ou directions, en faisant participer les collaborateurs « promoteurs » au développement de projets

RSE

Déployer des sessions de sensibilisation et de formation aux enjeux RSE en utilisant des techniques d'animation et de communication faisant appel à l'intelligence collective et la pédagogie afin de favoriser le changement et le bon déploiement des projets RSE de l'entreprise

Participer à la conception des supports de communication ciblés pour les différents publics (consommateurs, clients, actionnaires, investisseurs) et co-construire (ou rédiger) le rapport annuel de performance en Développement Durable, RSE ou ESG, afin de rendre compte des actions menées, mesurer leur impact et accroître la visibilité des engagements de l'entreprise

Option 3 :

Réaliser un audit de l'entreprise cliente en animant des entretiens collectifs et/ou individuels, en utilisant des méthodes de résolution de problème, en intégrant des outils d'analyse qualitative et quantitative afin d'identifier les besoins, les problématiques, les attentes, les forces et les faiblesses ainsi que les axes de développement et/ou d'amélioration

Concevoir une analyse synthétique du secteur concerné en analysant les concurrents directs, la dynamique du secteur et en soulignant les meilleures pratiques afin d'appréhender les spécificités et l'environnement de la structure (contraintes techniques, réglementaires...)

Défendre auprès du client les différents scénarios proposés en présentant l'état des lieux, les trajectoires et leurs caractéristiques (délai, coût, impacts) afin de permettre au client de se projeter et d'arbitrer sur la stratégie la plus adéquate à son besoin

Déterminer le périmètre de la mission en estimant la charge de travail, la rentabilité, en se basant sur le cahier des charges identifié pour élaborer une proposition commerciale chiffrée (devis) et adaptée, tout en assurant une communication claire et professionnelle pour renforcer la relation client et garantir une compréhension mutuelle des objectifs et des attentes

Concevoir un plan d'actions détaillé pour accompagner le client dans la mise en œuvre de la stratégie et du projet définis, en déterminant les étapes clés, les ressources nécessaires (financières, humaines, temporelles, techniques), les indicateurs de performance et les délais pour suivre les résultats

Accompagner le client dans la mise en œuvre de projets de transformation organisationnelle (fusion, acquisition, digitalisation, etc) en pilotant les équipes projet, en assurant la gestion des ressources, et en garantissant l'atteinte des objectifs dans les délais impartis

Identifier et anticiper les risques liés à la mise en œuvre des stratégies et des transformations organisationnelles (par exemple, réorganisation, digitalisation), en accompagnant les clients dans la gestion du changement, en veillant à l'engagement des équipes afin de minimiser les résistances ou difficultés pouvant affecter la réussite des projets

Développer un portefeuille de clients et prospects et entretenir des relations stratégiques avec des partenaires (institutionnels, économiques, technologiques) afin de renforcer la visibilité et la notoriété de son entreprise et trouver de nouvelles opportunités à développer

Blocs de compétences

RNCP40353BC01 — Concevoir et décliner les orientations stratégiques de l'entreprise/l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les données économiques, concurrentielles, réglementaires, et technologiques de son périmètre en utilisant des outils de veille stratégique et en cartographiant les risques externes (politiques, économiques, écologiques, sociaux et technologiques) afin d'identifier les opportunités de développement, d'anticiper les évolutions sectorielles et de minimiser l'exposition de l'entreprise aux crises potentielles

Mener un diagnostic interne de l'entreprise ou de l'organisation pour déterminer les forces et les faiblesses de l'entreprise, en définir la problématique stratégique en prenant en compte les enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), les résultats de la veille stratégique et la cartographie des risques

Évaluer les impacts environnementaux, organisationnels, humains et éthiques de l'activité économique à l'échelle de l'entreprise, ainsi que les opportunités de positionnement comme acteur du développement durable en mobilisant des experts et ses connaissances des enjeux, des cadres réglementaires nationaux, européens et internationaux en matière de Développement Durable et de RSE, ainsi que les méthodes et outils de prospective et d'évaluation

Définir la stratégie générale de l'entreprise en établissant les priorités stratégiques (marchés, produits/services), les objectifs, et les lignes directrices en matière d'investissements en ressources humaines et en technologies, en intégrant les évolutions digitales (stratégies numériques, big data, IA, gestion des données) et les enjeux RSE, afin

d'aligner la stratégie business et améliorer la création de valeur

En interne, présenter et faire adhérer les directeurs/responsables des services à la vision stratégique de l'entreprise en organisant des comités de direction et des comités exécutifs pour permettre la compréhension et la déclinaison opérationnelle de la stratégie globale et des objectifs associés

En externe, défendre sa stratégie et les résultats financiers auprès des investisseurs (actionnaires, banquiers) en réalisant des projections de croissance à court, moyen et long terme afin de faire valider les besoins en ressources, en investissements ainsi que justifier des résultats passés et futurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en individuel basée sur une entreprise réelle ou fictive avec remise d'un livrable écrit

RNCP40353BC02 — Piloter la stratégie financière et extra-financière de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Évaluer les besoins financiers des différentes unités de l'entreprise en cohérence avec les priorités stratégiques (marchés, produits/services, innovations, RSE), en calculant les marges et la rentabilité pour orienter la prise de décision puis allouer les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs de croissance et de performance durable

Arbitrer et mettre en œuvre des modes de financement adaptés aux orientations stratégiques de l'entreprise, en intégrant les nouvelles pratiques de finance durable (green bonds, fonds d'impact) et en gérant les risques financiers identifiés lors de l'analyse stratégique

Garantir la fiabilité et la validité des informations financières et extra-financières, ainsi que le bon alignement avec la stratégie d'entreprise et les obligations réglementaires, puis s'assurer de la mise à disposition de ces informations afin de répondre aux normes et réglementations

Piloter les flux financiers et extra-financiers via des outils de gestion de la performance, en identifiant les écarts par rapport aux projections, et en mettant en place des actions préventives ou correctives à des fins de gestion équilibrée

Analyser les états financiers (compte de résultat, bilan, trésorerie) en tenant compte des projections stratégiques et des indicateurs de performance ESG pour proposer des actions d'optimisation et de croissance durable

Structurer et présenter de manière argumentée les synthèses des états financiers en adaptant le contenu et le format aux différents publics concernés (dirigeants, managers, collaborateurs, actionnaires, banquiers), afin de faciliter la compréhension et la prise de décision stratégique et/ou opérationnelle

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en individuel basée sur une entreprise réelle ou fictive avec remise d'un livrable écrit

RNCP40353BC03 — Piloter la stratégie marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

A l'aide de critères de segmentation adaptés, valider les principaux segments cibles de l'entreprise sur ses domaines d'activités majeurs, et y décliner la stratégie retenue en plan marketing en intégrant des critères de durabilité et de pratiques RSE pour répondre aux attentes sociétales et environnementales

Déterminer, sur chaque segment cible, le positionnement et les canaux de communication adaptés (incluant les canaux digitaux), afin de maximiser la visibilité et l'engagement client

Planifier et orchestrer la mise en œuvre des actions marketing en fonction des objectifs stratégiques de l'entreprise, en intégrant des outils digitaux, des solutions d'automatisation, et des systèmes CRM afin d'optimiser la gestion de la relation client et améliorer l'engagement et la rétention

Définir la stratégie commerciale et la piloter en mode projet, en adoptant des méthodes agiles pour gérer les priorités, allouer les budgets, fixer les échéances et livrables, et ajuster le plan d'action afin de respecter les objectifs stratégiques et financiers de l'entreprise

Elaborer et superviser la stratégie de négociation commerciale en adoptant une posture et un discours adaptés à son public (clients ou fournisseurs), en s'appuyant sur des insights issus de l'analyse des données, pour obtenir des conditions avantageuses tout en respectant les objectifs de rentabilité et les engagements de l'entreprise (RSE comprise)

Suivre et analyser les indicateurs clés de performance (ex : taux de clics, coût par acquisition, ROI) de la stratégie marketing à l'aide d'outils d'analyse de données et de Business Intelligence afin d'ajuster les campagnes en fonction des résultats pour optimiser la performance

Suivre les résultats et évaluer les retombées de la stratégie commerciale à l'aide d'indicateurs de performance (chiffre d'affaires, marges, taux de conversion notamment) et utiliser des outils d'analyse (automatisation, IA) pour identifier les écarts par rapport aux objectifs et mettre en place des actions correctives

Co-construire et piloter des initiatives d'amélioration continue au sein des équipes marketing et commerciales, en identifiant des leviers d'optimisation (processus, digitalisation) pour maintenir la compétitivité et l'efficacité de l'organisation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en individuel basée sur une entreprise réelle ou fictive avec remise d'un livrable écrit

RNCP40353BC04 — Manager les équipes et conduire les transformations organisationnelles

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les besoins en recrutement des différents services pour s'assurer que les équipes disposent des ressources et compétences nécessaires, quantitativement et qualitativement, en vue d'atteindre les objectifs stratégiques tout en favorisant le développement des collaborateurs en place par des ajustements de formation et d'accompagnement

Mener des entretiens de recrutement pour évaluer les compétences techniques et comportementales des candidats, en appliquant une politique de diversité et d'inclusion, afin de sélectionner les profils les plus adaptés et garantir la polyvalence des équipes

Concevoir une politique de recrutement inclusive et piloter la mise en œuvre d'un processus d'intégration complet couvrant l'ensemble du parcours des collaborateurs, de leur arrivée jusqu'à leur départ, en coordonnant les actions de formation à la culture d'entreprise, de sensibilisation à la diversité, et en s'assurant du respect des bonnes pratiques d'inclusion

Évaluer les compétences des collaborateurs et piloter une politique de formation continue pour renforcer l'employabilité et la montée en compétences des collaborateurs à travers la synthèse des évaluations et entretiens, le suivi régulier des parcours de carrière, la promotion interne et la gestion des talents

Animer et motiver des équipes multiculturelles et multigénérationnelles en adaptant les pratiques managériales et en mettant en place des dispositifs de reconnaissance équitable (gestion des performances, salaires et primes) pour renforcer l'engagement et la fidélisation des talents à long terme

Structurer des équipes en mode agile, en répartissant efficacement les rôles et responsabilités dans une démarche inclusive, et assurer une coordination continue des actions et priorités à chaque étape du projet pour garantir le respect des délais et la collaboration interdisciplinaire

Accompagner les équipes dans les changements organisationnels en proposant des formations spécifiques et un soutien personnalisé pour faciliter l'adaptation aux nouvelles technologies ou processus, tout en renforçant les compétences et l'engagement des collaborateurs

Développer des stratégies de continuité opérationnelle face aux perturbations (telles que des interruptions technologiques, des restructurations ou des fluctuations du marché) en ajustant les processus et en mobilisant rapidement les ressources pour limiter l'impact sur les opérations et soutenir l'engagement des collaborateurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une simulation professionnelle basée sur un scénario fictif ou sur la base de la structure du candidat

RNCP40353BC05 — Option 1 - Développer un projet d'entrepreneuriat et/ou d'intrapreneuriat

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir un projet de création d'entreprise ou de reprise d'entreprise en utilisant des techniques de créativité, d'innovation, et en tenant compte de ses atouts, de ses contraintes, de ses moyens actuels et de son cadre de référence et adapter la définition du projet en fonction des spécificités internes et externes identifiées

Évaluer l'opportunité de l'offre retenue en réalisant une étude de marché, en testant, en validant sa pertinence auprès de cibles potentielles (concept, gamme de prix, fréquence d'achat, tranche d'âge, territoire géographique...) et en procédant à un benchmark pour confirmer la proposition de valeur

Déterminer le modèle économique approprié, afin de construire un projet d'entreprise cohérent, durable, et innovant en s'inspirant des modèles économiques récents et dans une perspective durable, tout en intégrant une analyse des coûts, des sources de revenus, et des risques pour assurer la viabilité du projet

Rédiger un business plan détaillé qui couvre l'organisation, les compétences requises, et les investissements nécessaires (administratif, R&D, production, distribution, ressources humaines, financier), sur la base du concept validé afin de démontrer la pertinence du projet, d'anticiper les besoins en financement

Préparer et présenter un pitch convaincant pour défendre le projet d'entreprise et lever des fonds auprès d'investisseurs, partenaires financiers et d'affaires (associés, banques, sponsors, aides publiques), en démontrant la viabilité économique, stratégique et les opportunités de croissance du projet afin de sécuriser son lancement et sa pérennité

Définir l'identité de marque et l'identité visuelle de son entreprise et en assurer la protection juridique par le dépôt du nom de l'entreprise, la protection de la propriété intellectuelle (brevets, marques, droits d'auteur), et la sécurisation du nom de domaine du site web

Définir le statut juridique et fiscal de l'entreprise et gérer l'ensemble des démarches administratives et de sécurité personnelle du gérant, ainsi que les démarches afférentes aux engagements financiers, en collaboration avec des experts juridiques et financiers pour garantir la conformité

Construire et développer un réseau professionnel solide, en identifiant les acteurs clés de son secteur, en participant à des événements professionnels, et en utilisant des outils de networking pour créer des partenariats stratégiques, renforcer la visibilité de l'entreprise, accéder à des opportunités de développement et faciliter l'entrée sur le marché cible

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de recherche appliquée écrit individuel avec soutenance orale devant un jury

RNCP40353BC06 — Option 2 - Piloter et déployer les projets de responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Mener un audit approfondi de la politique RSE de l'entreprise, en évaluant les actions menées et ambitionnées, les ressources disponibles, et le soutien de la direction afin d'évaluer la maturité de l'organisation et les opportunités d'une démarche de certification ou de labellisation RSE

Analyser les dynamiques et les interactions entre les parties prenantes internes pour identifier les résistances au changement, les divergences de valeurs, et les défis d'engagement afin d'adapter les stratégies de communication et d'accompagnement pour surmonter ces résistances, mobiliser les équipes, et renforcer l'adhésion au projet RSE

Arbitrer entre les labels ou les certifications RSE existants, pour sélectionner le plus pertinent à adopter, qu'il soit sectoriel (Enseigne Responsable, BioEntrepriseDurable) ou non (B Corp, Engagé RSE, LUCIE, EcoVadis, ISO 14001, ISO 26000), en tenant compte des impacts sur le Business Model, des spécificités de la structure et de son degré de maîtrise et d'engagement sur ces enjeux afin de renforcer la réputation et la compétitivité de l'entreprise

Piloter la démarche d'obtention du label ou de la certification en appliquant une méthodologie qualité, en créant des outils de suivi et de pilotage et en déployant un processus d'amélioration continue afin de répondre aux standards requis

Défendre le dossier auprès des organismes certificateurs en préparant les éléments de preuve et en s'appuyant sur le protocole préparé en amont pour l'audit afin de démontrer le respect du cahier des charges requis pour l'obtention du label ou de la certification

Mettre en place des actions de communication interne et d'engagement en créant des comités participatifs internes par thématique et/ou directions, en faisant participer les collaborateurs « promoteurs » au développement de projets RSE

Déployer des sessions de sensibilisation et de formation aux enjeux RSE en utilisant des techniques d'animation et de communication faisant appel à l'intelligence collective et la pédagogie afin de favoriser le changement et le bon déploiement des projets RSE de l'entreprise

Participer à la conception des supports de communication ciblés pour les différents publics (consommateurs, clients, actionnaires, investisseurs) et co-construire (ou rédiger) le rapport annuel de performance en Développement Durable, RSE ou ESG, afin de rendre compte des actions menées, mesurer leur impact et accroître la visibilité des engagements de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de recherche appliquée écrit individuel avec soutenance orale devant un jury

RNCP40353BC07 — Option 3 - Développer une activité de consulting en stratégie d'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser un audit de l'entreprise cliente en animant des entretiens collectifs et/ou individuels, en utilisant des méthodes de résolution de problème, en intégrant des outils d'analyse qualitative et quantitative afin d'identifier les besoins, les problématiques, les attentes, les forces et les faiblesses ainsi que les axes de développement et/ou d'amélioration

Concevoir une analyse synthétique du secteur concerné en analysant les concurrents directs, la dynamique du secteur et en soulignant les meilleures pratiques afin d'appréhender les spécificités et l'environnement de la structure (contraintes techniques, réglementaires...)

Défendre auprès du client les différents scénarios proposés en présentant l'état des lieux, les trajectoires et leurs

caractéristiques (délai, coût, impacts) afin de permettre au client de se projeter et d'arbitrer sur la stratégie la plus adéquate à son besoin

Déterminer le périmètre de la mission en estimant la charge de travail, la rentabilité, en se basant sur le cahier des charges identifié pour élaborer une proposition commerciale chiffrée (devis) et adaptée, tout en assurant une communication claire et professionnelle pour renforcer la relation client et garantir une compréhension mutuelle des objectifs et des attentes

Concevoir un plan d'actions détaillé pour accompagner le client dans la mise en œuvre de la stratégie et du projet définis, en déterminant les étapes clés, les ressources nécessaires (financières, humaines, temporelles, techniques), les indicateurs de performance et les délais pour suivre les résultats

Accompagner le client dans la mise en œuvre de projets de transformation organisationnelle (fusion, acquisition, digitalisation, etc) en pilotant les équipes projet, en assurant la gestion des ressources, et en garantissant l'atteinte des objectifs dans les délais impartis

Identifier et anticiper les risques liés à la mise en œuvre des stratégies et des transformations organisationnelles (par exemple, réorganisation, digitalisation), en accompagnant les clients dans la gestion du changement, en veillant à l'engagement des équipes afin de minimiser les résistances ou difficultés pouvant affecter la réussite des projets

Développer un portefeuille de clients et prospects et entretenir des relations stratégiques avec des partenaires (institutionnels, économiques, technologiques) afin de renforcer la visibilité et la notoriété de son entreprise et trouver de nouvelles opportunités à développer

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de recherche appliquée écrit individuel avec soutenance orale devant un jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le « Manager des entreprises et des organisations » exerce dans divers contextes sectoriels, allant des TPE/PME aux grandes entreprises, et aussi bien pour des start-ups que des multinationales. Les secteurs d'activité sont très variés incluant l'industrie, les services, le commerce, la finance, les technologies de l'information, etc. La taille des entreprises varie considérablement, influençant la structure organisationnelle et les responsabilités associées au poste

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Dirigeant/Manager/Responsable d'entreprise

Directeur Général

Directeur adjoint/Directeur délégué

Directeur de business unit/filiale

Chef d'agence/Responsable d'agence

Entrepreneur

Consultant en organisation/en stratégie d'entreprise

Manager de la RSE de l'entreprise

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de « Manager des entreprises et des organisations » n'est pas soumis à une réglementation spécifique. Cependant, certaines contraintes réglementaires peuvent s'appliquer. Par exemple, les managers doivent souvent se conformer aux exigences de la RGPD pour la protection des données personnelles. De plus, les normes de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) sont de plus en plus importantes pour assurer une gestion éthique et durable de l'entreprise. Les critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) s'appliquent aux entreprises pour évaluer leur performance globale et leur durabilité. Dans le secteur financier, des régulations strictes encadrent les pratiques pour garantir la transparence et la sécurité des transactions. Les « Managers des Entreprises et des Organisations » doivent également veiller à respecter les obligations légales concernant l'inclusion des personnes en situation de handicap. Cela inclut souvent un quota minimum de salariés en situation de handicap au sein de l'entreprise. De plus, les normes ISO, telles que l'ISO 9001 pour la gestion de la qualité, l'ISO 26000 pour la responsabilité sociétale ou encore B Corp pour l'engagement d'une entreprise à respecter des normes élevées de performance sociale et environnementale, de transparence et de responsabilité peuvent être exigées dans certains secteurs.

Marché du travail

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

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 3 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 869 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 481
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés L6X90 — Cadres dirigeants des grandes entreprises de plus de 50 salariés

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Dans le cadre de la formation initiale :

Pour une entrée en 1^{ère} année du parcours (MSc 1) : Avoir validé un niveau 6 (type Licence, Bachelor ou équivalent) dans un des domaines suivants : sciences de gestion, économie ou langues étrangères appliquées à l'économie, au marketing et au commerce.

Pour une entrée en 2^{ème} année du parcours (MSc 2) : Avoir validé un niveau 6 (type Master 1, Mastère ou équivalent) dans un des domaines suivants : sciences de gestion, économie ou management.

L'entrée sur le parcours de formation est soumise à une étude du dossier (résultats du cursus académique précédent, CV, motivation et présentation du projet professionnel) et à un jury d'admission portant sur des questions de culture en lien avec le titre RNCP et la spécialité, sur le parcours de formation et sur la motivation du postulant.

En fonction du parcours du candidat et de son projet professionnel, le candidat sera conseillé et accompagné par l'organisme de formation sur le choix du bloc optionnel.

Dans le cadre de la formation continue :

Être titulaire d'un niveau 5 (ou équivalent) et disposer d'une expérience professionnelle significative d'au moins 6 ans dans des fonctions de manager expérimenté.

Être titulaire d'un niveau 6 (ou équivalent) et disposer d'une expérience professionnelle significative d'au moins 4 ans dans des fonctions de dirigeant ou de manager.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi le volume horaire minimum précisé dans le règlement pédagogique.

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

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;

Directeur du Titre ;

3 professionnels externes du secteur.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;

1 professionnel externe du secteur ;

1 membre de l'organisme de formation.

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	8 794 €
Selon la branche	7 000 € – 9 200 €
Prise en charge	Branches concernées
8 794 €	Valeur par défaut · 185 branches
9 200 €	CPNE autoroutes, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEF de la Publicité
8 696 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
9 005 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage
9 000 €	CPNE Ateliers et chantiers d'insertion
8 850 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 813 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 396 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 200 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	28/03/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/03/2030
Date de dernière délivrance possible	27/03/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	519	0	95 %	—
2022	647	2	91 %	66 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36493

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36371, RNCP38825

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40353/>

Où se former

Formations référencées	7
Organismes	5
Régions couvertes	3
Prix indicatif	2 640 € – 13 490 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 06/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	96
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	07/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	129
----------------------	-----

Montant total engagé	517 647 €
Coût moyen par dossier	4 013 €
Durée moyenne	280 h
Période	05/2025 – 09/2026
France compétences	83 %
Entreprise	7 %
France Travail	6 %
Reste à charge titulaire	2 %
OPCO	2 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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