

Direction d'un centre de profit

RS3043 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	315, 313m, 310m
Formacode(s)	32054
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

ETABLISSEMENT D ENSEIGNEMENT SUPERIEUR CONSULAIRE HAUTES ETUDES COMMERCIALES DE PARIS · SIRET : 81775918600015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Conçu pour un public salarié ou pour des demandeurs d'emploi en recherche de poste de managers responsables de Business Unit, filiale ou PME, cette certification procure la capacité à utiliser les outils opérationnels de gestion et à les situer dans une perspective stratégique

COMPÉTENCES ATTESTÉES

A.1 : Elaborer et mettre en œuvre la stratégie d'une unité économique

T1.1 : Superviser le processus de définition des valeurs, de la vision et de l'ambition stratégique de son unité en tenant compte des orientations fixées par les actionnaires.

T1.2 : Maîtriser les principaux outils de diagnostic et d'analyse stratégique dans le but de formaliser la stratégie de l'unité

T1.3 : Concevoir la politique générale et le business plan de l'unité en tenant compte des objectifs de rentabilité financière fixée par le par l'entreprise et les actionnaires.

T1.4 : Valider les analyses de secteur et de marchés dans le but de développer les activités

T1.5 : Concevoir et superviser la mise en place d'un système de veille stratégique afin de percevoir les opportunités, les tendances nouvelles et les risques associés

T1.6 Assurer le bon fonctionnement de la chaîne de création de valeur de son unité

T1.7 Fédérer les équipes autour de la stratégie retenue

T1.8 Identifier les jeux d'acteurs des différentes parties prenantes et adapter les modes d'interactions adéquats pour favoriser l'atteinte des objectifs.

- Maîtriser les principaux outils de diagnostic et d'analyse stratégique (PESTEL, SWOT, PORTER...) afin de formaliser la stratégie.

- Concevoir le business plan en prenant en compte toutes les variables de l'environnement (Politiques, légal, économiques, budgétaires, sociales, analyse des marchés...) dans lequel l'unité est plongée

- Comprendre les évolutions porteuses d'innovation dans le secteur d'activité visée

- Maîtriser l'analyse des risques liés au choix des options stratégiques possibles pour l'unité

- Fédérer des équipes de haut niveau hiérarchiques responsables de fonctions (marketing, finances, ..) ou de sous unités

- Comprendre le rôle et les enjeux des individus dans l'organisation pour prendre des décisions.

- Elaborer des tableaux de bord en prenant en compte les axes du Balance Scorecard (tableau de score prospectif)

A2 : Participer à l'élaboration du plan marketing et du plan d'action commerciale

T2.1 : Construire une organisation orientée client grâce aux outils de l'animation commerciale

T2.2 : Analyser les résultats commerciaux individuels et collectifs et proposer des évolutions de la stratégie

commerciale à court et moyen terme à la Direction Générale

T2.3 : Définir l'ensemble des moyens humains, techniques et financiers ainsi que les outils nécessaires à l'atteinte des objectifs de vente en coordination avec les

autres directions de l'entreprise

T2.4 : Sélectionner et coordonner les relations avec les prestataires et les partenaires externes

T2.5 : Définir, défendre et piloter le budget de l'action et de la direction commerciale

- Maîtriser les techniques et outils du digital dans les nouvelles approches marketing afin de proposer une démarche d'approche client qui répondent à ses besoins.
- Lors de la remise d'offres de prix, identifier les éléments clés pour établir un "pricing"
- Déployer un plan d'action commercial auprès des équipes interne en concevant et animant des réunions de mise en œuvre et de suivi de la politique commerciale
- Etablir et piloter son budget à l'aide d'outils numériques

A3 : Déterminer les choix stratégiques de l'entreprise à la lumière des indicateurs financiers.

T3.1 : Analyser des documents financiers fondamentaux: comptes de résultat, bilan et tableau de flux

T3.2 : S'approprier les indicateurs clefs pour piloter la rentabilité, la rentabilité et la solvabilité de l'entreprise.

- S'appuyer sur des outils de suivi financier:
 - afin de relier des éléments opérationnels et leurs conséquences financières
 - afin de mesurer les impacts profit et les impacts trésorerie.
- Définir, avec ses équipes, des plans d'action et leurs impacts sur les indicateurs financiers
- Concevoir un équilibre dynamique entre indicateurs de rentabilité, de solvabilité, rentabilité.
- Juger et évaluer la solidité financière d'un partenaire (fournisseurs, clients,...) au regard des indicateurs financiers en établissant un scoring.
- Identifier la capacité d'une entreprise à faire face à ses engagements financiers à partir d'éléments financiers multiples.

A4 : Manager les hommes et les équipes :

- En définissant une politique RH qui respecte l'environnement légal des pays dans lesquels l'unité opère
- En mobilisant des compétences de leadership
- En contribuant au développement des compétences de ses collaborateurs

T4.1 : Définir et superviser la politique de gestion des ressources humaines de la structure

T4.2 Donner du sens, motiver et fédérer les équipes

T4.3 Identifier et gérer les talents

T4.4 Anticiper les enjeux culturels et éthiques du management des hommes et des organisations

T4.5 : Gérer et arbitrer les conflits

- Animer des réunions avec ses collaborateurs en utilisant différentes méthodologies de dynamique managériale afin de les associer au projet de l'entreprise
- Gérer les enjeux culturels et éthiques du management des hommes et des organisations afin de comprendre les différences de chaque membre de l'unité.

Utiliser de manière pertinente différents outils de la médiation pour gérer et arbitrer les conflits.

- Maîtriser les principaux outils de diagnostic et d'analyse stratégique (PESTEL, SWOT, PORTER...) afin de formaliser la stratégie.
- Concevoir le business plan en prenant en compte toutes les variables de l'environnement (Politiques, légal, économiques, budgétaires, sociales, analyse des marchés...) dans lequel l'unité est plongée
- Comprendre les évolutions porteuses d'innovation dans un secteur d'activité visée
- Maîtriser l'analyse des risques liés au choix des options stratégiques possibles pour l'unité
- Comprendre le rôle et les enjeux des individus dans l'organisation pour prendre des décisions.
- Elaborer des tableaux de bord en prenant en compte les axes du Balance Scorecard (tableau de score prospectif)
- Maîtriser les techniques et outils du digital dans les nouvelles approches marketing afin de proposer une démarche d'approche client qui réponde à ses besoins.
- Lors de la remise d'offres de prix, identifier les éléments clés pour établir un "pricing"
- Etablir et piloter son budget à l'aide d'outils numériques
- S'appuyer sur des outils de suivi financier:
 - afin de relier des éléments opérationnels et leurs conséquences financières
 - afin de mesurer les impacts profit et les impacts trésorerie.
- Définir, avec ses équipes, des plans d'actions et leurs impacts sur les indicateurs financiers

- Concevoir un équilibre dynamique entre indicateurs de rentabilité, de solvabilité, de rentabilité.
- Juger et évaluer la solidité financière d'un partenaire (fournisseurs, clients,...) au regard des indicateurs financiers en établissant un scoring.
- Identifier la capacité d'une entreprise à faire face à ses engagements financiers à partir d'éléments financiers multiples.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

5 ans d'expérience professionnelle dans une fonction de manager opérationnel

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://execed.hec.edu/fr/certificats-executive/diriger-un-centre-de-profit>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3043/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	14
Montant total engagé	44 330 €
Coût moyen par dossier	3 166 €
Durée moyenne	20 h
Période	01/2021 – 10/2021
France compétences	100 %

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