

**Contenu Pédagogique
Cycle Diplômant
« Développement Commercial
& Marketing Opérationnel »**

**Conçu sur mesure pour
le MEDEF MARTINIQUE**

Permettant la délivrance du titre Homologué RNCP, niveau II, « Responsable en Marketing et Développement Commercial » NSF 312p paru au JO du 27/05/2015

ELIGIBLE CPF : CODE 182649



L'ESSEC et MC2 PARTENAIRES pour offrir un programme d'excellence dans les DOM.

En mettant en commun son expérience en gestion des ressources humaines appliquée au contexte local pour MC2, et son expertise pédagogique pour l'ESSEC Executive Education, les deux partenaires réitèrent la mise en place d'un programme diplômant de haut niveau en « Développement Commercial et Marketing Opérationnel spécifique MEDEF » adapté aux préoccupations des acteurs économiques Martiniquais.

ESSEC Executive Education : le pôle formation permanente du Groupe ESSEC

Accompagner les transformations des entreprises en développant les compétences personnelles et collectives : telle est la mission des programmes de formation permanente. Conçus et animés par les professeurs de l'ESSEC, ces programmes combinent le meilleur de la recherche en management et de l'application en entreprise.

L'ESSEC Executive Education propose une large gamme de programmes de plusieurs formats et niveaux de diplôme dans différents métiers et secteurs d'activités : parcours diplômants de niveau 2, 3èmes cycles, Exécutive MBA, ou non diplômants.

Près de 5000 participants sont accueillis chaque année dans les programmes de l'ESSEC Exécutive Education, dans son Campus du CNIT à Paris La Défense, à l'ESSEC Asian Center à Singapour ou par le biais des partenaires situés dans les Dom.

L'ESSEC Executive Education a construit sa réussite autour de valeurs clefs :

- un accompagnement constant des participants et des entreprises,
- l'innovation pédagogique et l'excellence du corps professoral,
- la création de communautés d'apprentissage multiculturelles et pluridisciplinaires.

L'ESSEC Executive Education a développé depuis 10 ans des formations diplômantes spécifiques à un secteur d'activité ou à une fonction (Management, Développement commercial, Gestion -finances ou Ressources Humaines) en Martinique, Guadeloupe, Nouvelle Calédonie, Polynésie Française et à la Réunion.

CONTEXTE DE LA DEMANDE

La mondialisation de l'économie, l'évolution des technologies et les exigences des marchés financiers ont radicalement modifié l'environnement dans lequel opèrent le marketing et le commercial. Création de valeur et lancement d'activités nouvelles, globalisation de la communication et des réseaux sociaux, internationalisation des modes d'achat et de consommation, exigences nouvelles des consommateurs sont autant de défis auxquels sont confrontés aujourd'hui les cadres ou futurs cadres des fonctions commerciales ou marketing.

Alimentation du processus de réflexion stratégique de par leur proximité avec les marchés et les clients, recherche de l'excellence commerciale dans une optique de déploiement de la stratégie marketing, les responsables commerciaux doivent pouvoir analyser et maîtriser les tensions internes, les sources d'avantages concurrentiels, les enjeux et défis du marché. Ces nouvelles exigences requièrent une véritable expertise en Développement Commercial et Marketing Opérationnel ainsi qu'une réelle capacité à qualifier puis quantifier les efforts nécessaires lors de la construction d'un business plan puis à mettre en œuvre le changement.

Elargir votre perception et développer vos compétences en Développement Commercial et Marketing Opérationnel sont les objectifs poursuivis par l'ESSEC et MC2 à travers ce programme. Riche en apports novateurs, en illustrations et découvertes de pratiques innovantes, en rencontres et ouvertures, le programme Développement Commercial et Marketing Opérationnel concilie approches théoriques et méthodes pragmatiques d'analyses et de résolutions de problèmes rencontrées lors de la mise en œuvre d'une stratégie marketing comme dans la conduite opérationnelle des activités des fonctions commerciales.

TROIS QUESTIONS pour étudier l'intérêt du programme

1) A qui s'adresse ce programme ?

Par la diversité des sujets qu'elle traite, cette formation concerne un vaste public : tous les profils commerciaux motivés, salariés, de tous secteurs d'activité et quelle que soit la taille de l'entreprise.

- Les salariés exerçant des responsabilités marketing et commerciales souhaitant actualiser leurs connaissances et approfondir leur expertise.
- Les cadres et futurs cadres de toute fonction de l'entreprise désireux de s'orienter vers des fonctions marketing ou commerciales.

2) Un programme intensif et diplômant, pour quels objectifs ?

- Construire des bases de concepts et de méthodes solides.
- Renforcer les aptitudes de chacun : entreprendre, communiquer, motiver, négocier.
- Mettre en œuvre immédiatement les compétences acquises à travers la conduite du Projet d'Action Individuel.
- Fournir à l'entreprise qui envoie le stagiaire un retour rapide sur investissement grâce aux résultats du projet d'action.
- Donner la possibilité au participant de valider son parcours par un titre homologué au niveau maîtrise.

3) Peut-on concilier formation intensive et activité professionnelle ?

L'un des points forts des formations ESSEC est de couvrir chaque thème de façon approfondie afin de donner une véritable maîtrise des sujets étudiés. La durée des modules (5 jours en moyenne), qui permet de concilier réellement acquisition de concepts et mises en pratiques détaillées, convient parfaitement à cet objectif.

Pour être compatibles avec la vie professionnelle, ces modules - qui comprennent un samedi - sont espacés d'un mois et demi environ, ce qui permet de bien répartir temps de présence dans et hors de l'entreprise, et de disposer de temps et de recul pour assimiler correctement le contenu de chaque module. L'ensemble de la formation (modules + projet) s'étend sur dix-huit mois.

S'appuyant sur une pédagogie active et participative et sur l'excellence du corps professoral de l'ESSEC et de son réseau d'experts, le programme Développement Commercial et Marketing Opérationnel prend en compte la diversité des participants et s'enrichit de leurs expériences, connaissances et origines fonctionnelles et sectorielles. Cette formation contribuera à ouvrir de nouvelles perspectives professionnelles.

Trois bénéfiques à suivre le programme « Développement Commercial & Marketing Opérationnel »

La formation comprend deux périodes réparties sur 18 mois.

Bénéfice N° 1 : En 7 modules vous apprendrez les compétences-clés.

Cette première période se déroule sur **35 jours**

- Compétence N° 1 : Communication interpersonnelle et gestion d'équipe (5 jours)
- Compétence N° 2 : Créer de la Valeur par le Marketing Opérationnel (4 jours)
- Compétence N° 3 : Analyser le marché et construire l'information Marketing et commerciales. (5 jours)
- Compétence N° 4 : Efficacité commerciale et gestion des comptes clés (6 jours)
- Compétence N° 5 : Préparer et gérer les négociations (5 jours)
- Compétence N° 6 : Gérer et animer les points de vente (5 jours)
- Compétence N° 7 : Comprendre et construire l'information financière et comptable (5 jours)

Bénéfice N° 2 : Vous mettrez directement en pratique votre formation grâce à votre projet d'action.

→Premier retour sur investissement de l'entreprise

La seconde période (composée de 3 jours + tutorat) est consacrée à la préparation d'un « projet d'action » : (1 jour de préparation initiale complétée par 1 jour de coordination collective des mémoires+ 1 jour de Grand Oral)

Le projet d'action individuel traite d'une problématique d'entreprise ou d'organisation proposée par le participant, et met ainsi en valeur son aptitude à appliquer à la vie professionnelle les concepts, méthodes et outils acquis lors de sa formation.

Un tuteur ESSEC encadre l'avancement du travail du participant depuis le choix du sujet jusqu'au mémoire et assure un suivi entièrement personnalisé. Un tuteur interne à l'entreprise accompagnera le stagiaire tout au long du cursus. La confidentialité du sujet pourra être demandée.

Les mémoires font l'objet d'une soutenance orale devant le Directeur Académique du programme et un représentant de l'entreprise sujet d'analyse et de recommandations du candidat

Bénéfice N° 3 : Vous pourrez valider votre parcours diplômant par un titre ESSEC.

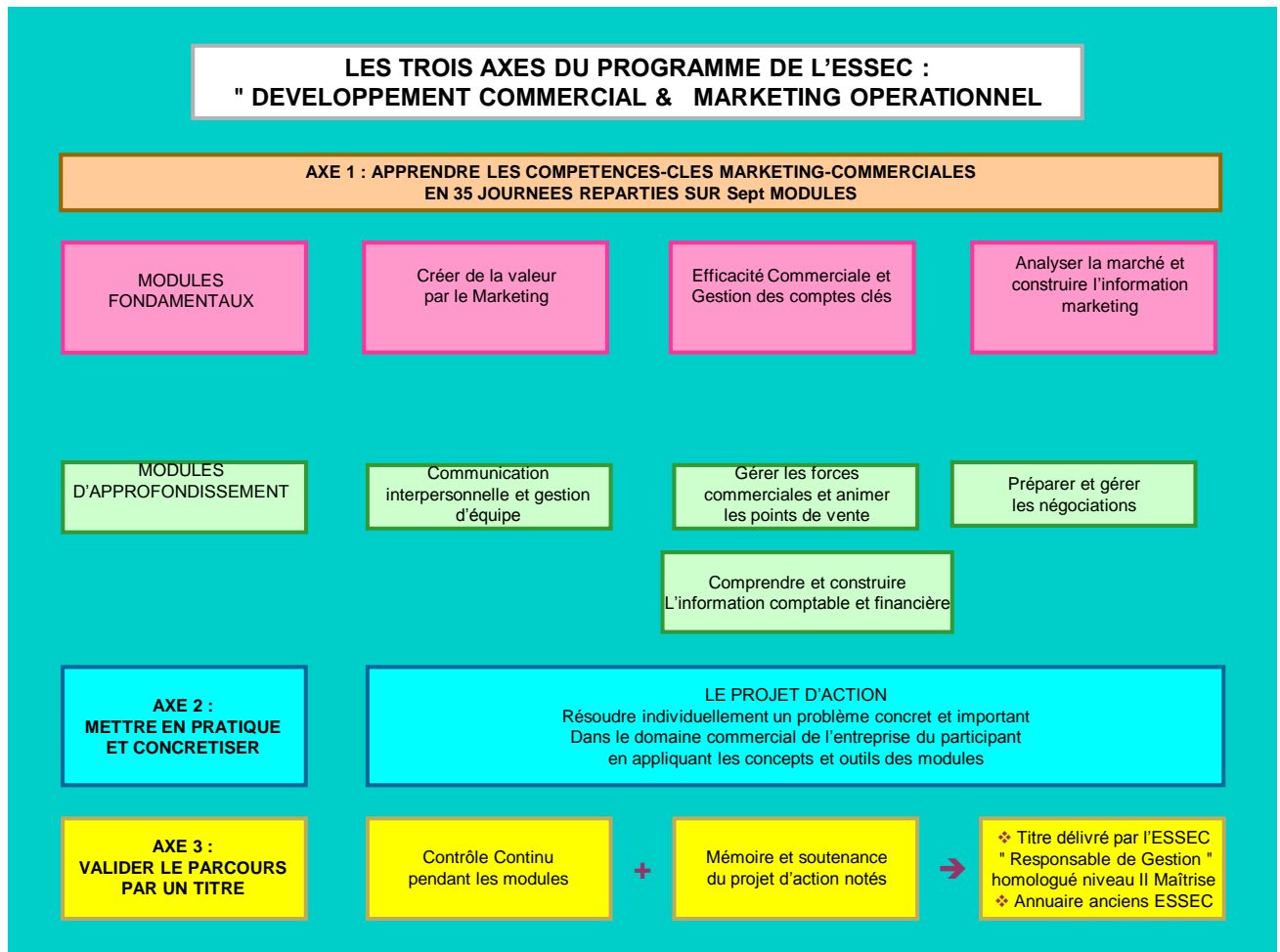
Les personnes ayant suivi l'ensemble de la formation reçoivent un certificat de l'ESSEC.

Le parcours diplômant, qui comprend le contrôle continu et le mémoire (voir le chapitre « Modalités d'évaluation »), permet d'obtenir un titre ESSEC, inscrit au RNCP homologué niveau II - Arrêté paru au JO du 27 mai 2015.

Formation également accréditée AACSB, EQUIS, BADGE grandes Ecoles

Les Diplômés accèdent au réseau des 46000 anciens du Groupe ESSEC et figurent dans l'annuaire.

LE PROGRAMME : UNE VUE D'ENSEMBLE



Apprendre de façon efficace et ensemble : une dynamique pédagogique forte

Pour l'ensemble des modules, les intervenants ont recours à des méthodes pédagogiques interactives et participatives. Il ne s'agit pas d'accumuler les références théoriques, mais de fournir des outils conceptuels utilisables dans le diagnostic de situations, de présenter les démarches et d'apporter les outils de mise en œuvre et de contrôle qui optimisent la pertinence et l'efficacité des managers.

Les rythmes pédagogiques font alterner exposés, discussions, exercices, cas, simulations et jeux de rôles. Echanges d'expériences et d'expertises entre participants constituent l'une des clés de voûte de la dynamique pédagogique et du lien entre apprentissage et action en entreprise

Les participants doivent réaliser un mémoire professionnel : véritable projet d'action qui traite une problématique d'entreprise et débouche sur l'élaboration de propositions concrètes permettant à chacun d'appliquer immédiatement les concepts, méthodes et outils acquis pendant la formation.

En complément les stagiaires ont un accès illimité à des modules Crossknowledge à la carte

ainsi qu'un accès personnalisé à l'extranet de l'ESSEC: www.myessec.com avec une plateforme dédiée

Liste des thèmes des modules

Module N° 1 : Communication interpersonnelle et gestion d'équipe - 5 jours

Objectifs du module :

Construire et affirmer son leadership
Manager ses équipes
Communiquer en interne

Thèmes abordés :

Affirmer son leadership

- Autodiagnostic professionnel
- Développer son pouvoir d'influence
- S'affirmer dans des situations difficiles

Principes offensifs en communication:

- Offensivité, réciprocité,
- Ecoute active, hygiène mentale et physique

Affirmation de soi en situation

- Auto-diagnostique, Je, non,
- Prise de position,
- Réponses comportementales.
- Gestion du temps et organisation personnelle

Les bons gestes d'influence en communication et Gestion d'équipe

- Gestes d'ouverture, ancrage,
- Synchronisation, contact visuel
- Fixer des objectifs partagés
- Analyser la performance d'un collaborateur
- Contrôler et évaluer ses collaborateurs, mener des entretiens mobilisateurs

Techniques de dynamisation personnelle : Exercices, autosuggestion.

Module N° 2 : Créer de la valeur par le marketing opérationnel - 4 jours

Objectif du module :

S'approprier la démarche marketing
Segmenter le marché et positionner les offres
Mettre en œuvre un mix marketing

Thèmes abordés :

Le marketing : une démarche rigoureuse au service de la création de valeur.

Création de valeur

- Les méthodes d'analyse de la valeur perçue par le client.
- Valeur du client pour l'entreprise et ses conséquences sur la mobilisation sélective de moyens par l'entreprise.
- Identification et évaluation des avantages concurrentiels des activités de l'entreprise ; analyse de la valeur perçue par le client et positionnement dans la chaîne de valeur de Porter.

La stratégie marketing : l'art de faire des choix

- Qu'est-ce qu'une segmentation marketing ? Pour quoi faire ? Qui cibler ? Comment se positionner ?
- Les axes stratégiques : principes généraux et exemples de stratégies marketing
- Création de valeur pour l'entreprise : capital marque et capital client et valeur financière

Le marketing opérationnel : la mise en œuvre d'un mix marketing cohérent

- Les différents éléments du Mix Marketing
- Cohérence des éléments du Mix Marketing

Marketing et communication digitale :

- Principes et possibilités du e-marketing
- Analyser le processus de création et de succès d'un site web
- Générer du trafic sur le site
- Monter une opération d'e-mailing efficace
- Le M-Marketing et les objets connectés.

<p align="center">Module N° 3 : Analyser Le marché et construire l'information Marketing et Commerciale 5 jours</p>

Objectif du module :

Connaître le consommateur et le marché

Concevoir et réaliser des études de marché

Utiliser les études pour bâtir une offre et une approche commerciale compétitive.

Thèmes abordés :

Les études au service des décisions marketing :

- Bien poser le problème marketing pour choisir la méthodologie d'étude adéquate
- Etudes qualitatives : les différentes méthodologies ; conduite d'entretien individuel ; animation d'un focus groupe, introduction à l'analyse de contenu
- Les différents types d'études quantitatives : panels, baromètre, études ad hoc..
- Les différentes étapes d'un questionnaire ; le mode de recueil ; l'élaboration du questionnaire ; le plan de sondage ; le terrain ; introduction à l'analyse de données.
- Savoir sélectionner un cabinet d'étude et rédiger un brief études
- Savoir présenter les résultats d'une étude pour aider à la décision marketing

Les études au service d'une meilleure connaissance de ses clients et de la construction d'une offre compétitive

- Fondamentaux dans le comportement du consommateur: besoins, motivations, attitude, implication, satisfaction, fidélité.
- Les différentes dimensions de l'offre et les axes de différenciations
- Les études de validation de l'offre : concept placement, marché tests, baromètre qualité, questionnaire de satisfaction...

Module N° 4 : Efficacité Commerciale et Gestion des Comptes Clés - 6 jours

Objectifs du module :

Développer les approches commerciales
Organiser et gérer les forces de vente
Connaitre les clés du succès en développement d'affaires

Thèmes abordés :

L'action commerciale

- Prospection, préparation de l'entretien, 1er contact,
- Argumentation, traitement des objections
- Faire des propositions créatives, l'art de la conclusion
- Les Principes de la vente
- Bâtir une relation partenariale
- Proposer des services associés à l'offre

Animer l'équipe de vente

- Recruter et intégrer les bons profils
- Former les commerciaux
- Conduire les réunions commerciales et fixer des objectifs motivants
- Coacher, être présent sur le terrain en appui commercial
- Structurer et organiser la Force de Vente.

La gestion de Comptes clés

- Comportement d'achat organisationnel
- Identification et analyse des acteurs internes
- La construction d'un plan de compte
- Le développement de relations à long terme
- Gestion et réponse à des appels d'offres
- Travailler avec de grands donneurs d'ordre

Approche financière

- Gestion des postes de coûts de la fonction commerciale
- Commerciaux debout ou assis/ centres d'appels
- Calcul de la valeur financière d'un client
- Analyse financière des portefeuilles clients

Module N° 5 : Préparer et gérer les négociations – 5 jours

Objectifs du module :

Connaitre les techniques d'influence
Développer l'esprit de négociation d'affaires
Découvrir les outils d'aide à la négociation économique

Thèmes abordés :

Aider les participants à mieux préparer, conduire et rendre compte des négociations

- Développer les compétences d'écoute et de paroles actives
- Mieux connaître les ressorts psychologiques de l'influence en négociation
- Accroître les compétences analytiques et interpersonnelles
- Questionner avant d'agir

Gérer les dimensions et tensions liées aux personnes, aux processus et aux problèmes de fond en négociation

- Savoir surmonter les impasses et blocages en négociation
- Prendre conscience des facteurs clés de succès et d'échec en négociation
- Reconnaître les émotions avant de chercher des solutions aux problèmes de fond

Elaborer des stratégies de négociation

- Analyse des différents acteurs
- S'adapter au niveau et aux problématiques de ses interlocuteurs
- Positionnement et actions possibles des différents acteurs
- Détermination d'une stratégie de négociation
- Structurer le mandat interne
- Bâtir des coalitions avant de mener des négociations multipartites
- Développer des solutions créatrices de valeur avant de répartir la valeur créée

Module N° 6 : Gérer et animer les points de vente - 5 jours

Objectifs du module :

Organiser la distribution et le merchandising
Intégrer les approches multi-canaux
Animer les points de vente

Thèmes abordés :

Pratiquer une politique de distribution efficace

- Choisir et sélectionner ses canaux de distribution
- Gérer ses relations avec les distributeurs
- Développer des actions communes avec la distribution
- Intégrer les approches multi-canaux
- Distribution physique et distribution virtuelle

Animer les points de vente

- Merchandising et constitution de l'offre
- PLV et Marketing/communication de proximité
- Rôle et compétence des vendeurs
- Fidélisation des clients
- Digital et Point de vente

Approche financière

- Gestion des postes de coûts de la fonction distribution
- Calcul de la rentabilité des actions commerciales
- Maîtrise de la rentabilité financière

Module N° 7 : Comprendre et construire l'information financière et comptable - 5 jours

Objectifs du module

Comprendre la création de valeur
Fixer le prix pour maîtriser la rentabilité
Construire un business plan

Thèmes abordés

Les principales notions comptables

- Compte de Résultat et soldes intermédiaires de gestion
- Trésorerie,
- Bilan comptable,

Analyse des coûts et des marges et lien avec les décisions marketing.

- Coût fixe
- Coût variable
- Calcul du point Mort

Maîtriser les différents éléments et méthodes de fixation d'un prix.

- Fixation des prix par les coûts
- Fixation des prix par la demande
- Fixation des prix par la concurrence
- Yield Management

Processus Budgétaire.

- Calcul du retour sur Investissement
- Principes d'allocation des ressources
- Construction d'indicateurs et suivi budgétaire
- Impact de l'activité commerciale sur la performance financière de l'entreprise
- Gestion des recouvrements et de l'encours client

Ecriture d'un Business Plan

- Evaluation du chiffre d'affaires
- Evaluation des coûts
- Analyse des risques financiers et commerciaux
- Identification des facteurs clés de succès

Une équipe pédagogique de professeurs et professionnels confirmés :

Les professeurs et consultants de l'ESSEC sont dotés d'une forte expérience en pédagogie, conseil et recherche. Rompu à l'art d'animer un groupe, le corps enseignant allie les concepts, qui confèrent du recul, et l'expérience du terrain, qui garantit l'applicabilité des acquis du programme.

Liste des intervenants du programme : (Liste non exhaustive, l'ESSEC se réserve le droit de modifier la liste des intervenants en cas de besoin)

Jean-Marc XUEREB - Directeur Académique de ce programme et intervenant module 2

Professeur de Marketing Stratégique à l'ESSEC depuis 1991. Il s'intéresse tout particulièrement à la gestion de l'innovation, à la stratégie d'entreprise. Il est l'auteur de nombreux articles et ouvrages portant sur ces thèmes. Très impliqué dans les programmes de formation continue de l'ESSEC Executive Education, Jean-Marc XUEREB a également travaillé pendant dix ans pour différents cabinets de conseil de Direction Générale. Il a ainsi réalisé et encadré de nombreuses missions en stratégie et marketing stratégique dans les secteurs du transport aérien, des biens d'équipement et des services industriels. Jean-Marc XUEREB a été le Doyen du Corps Professoral Permanent de l'Essec de 2007 à 2011. Titulaire des chaires de Marketing Stratégique et de Communication et Stratégies de Marque, il est le Directeur Académique du programme.

Simon Nyeck – module 3

ESSEC. Professeur Enseignant au département marketing, Responsable Académique du MBA Luxe, Expert du Secteur du Luxe et des Stratégies de marque. Il est titulaire de la chaire « Savoirs Faire d'Exception dont les partenaires sont LVMH, Chanel et Van Cleef. Simon Nyeck est un expert des études marketing qu'il a pratiqué dans de nombreux secteurs industriels.

Nathalie RAMANANTSOA – modules 4 et 6

Diplômée de l'I.E.P de Paris et de l'Université Paris IV Sorbonne, forte d'une double expérience de plus de vingt ans cumulée en Conseil (au sein du cabinet Bossard Consultants, devenu Cap Gemini Ernst & Young), puis en management opérationnel (au sein du Groupe LVMH aux commandes du département Femme de Kenzo, puis en tant que n°2 du groupe Sergent Major-Natalys) Nathalie Ramanantsoa a développé une expertise solide en efficacité commerciale et performance multi canal. Capitalisant sur les meilleures pratiques observées sur ses différents secteurs d'intervention (Industrie, services, distribution) elle a accompagné plusieurs grands groupes et de nombreuses PME dans la montée en puissance de leur force de vente (cf. Sanofi, Novartis, Laboratoires Polivé, Bongrain Soparind, Ducros, Furnotel, etc. ...).

Petra HEUSEL - Présente en Martinique depuis 30 ans - module 1

Maîtrise en Sciences de l'Éducation, Diplôme Universitaire de Formateur d'Adultes, elle intervient depuis 15 ans désormais en Martinique, auprès des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activité en tant que consultante en communication, management interculturel, et coach.

Intervenant Irené – module 5 Négociation

L'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation a été créé à l'ESSEC en 1996 pour rassembler des chercheurs et des praticiens (universitaires, hauts fonctionnaires, diplomates, élus, responsables et salariés d'entreprises, syndicalistes, médiateurs sociaux) intéressés par la négociation, la médiation, le dialogue entre les parties prenantes et la gestion des conflits.

Les chercheurs et Praticiens d'Irené interviennent dans la plupart des programmes de l'ESSEC Business School, mais aussi pour d'autres institutions d'enseignement (ENA, Centrale), pour de nombreuses entreprises (Air France KLM, Alcatel-Lucent, Delphi, Groupama, Lindt, etc. et des organisations publiques (ministère de la Défense, ministère des Affaires étrangères, Commission européenne, etc.)

François BOUYER – module 7

Diplômé de l'ESCP et licencié en Sociologie, François BOUYER s'est spécialisé dans la formation et le conseil accompagnant la mise en œuvre d'outils de gestion, destinés principalement aux cadres des entreprises privées ou publiques, pour leur permettre de s'approprier les outils et procédures de gestion nécessaires à l'exercice de leurs responsabilités, et faciliter leurs relations avec les services de gestion. Il collabore régulièrement avec l'ESSEC E.E. depuis plus de 10 ans, tout en dirigeant un cabinet indépendant. Chargé de cours en Comptabilité de gestion à l'ESSEC (MBA et Masters Spécialisés), il est également formateur-consultant et responsable de programme à l'ESSEC E.E./

CALENDRIER

Les modules de 5 jours se dérouleront à cheval sur 2 semaines : Jeudi/Vendredi/Samedi et Lundi /Mardi pour éviter une absence sur une semaine entière.

1 module en moyenne toutes les 5/6 semaines

Pas de cours les jours fériés ni juillet –aout

Démarrage les 8/9/10 Décembre 2016, modules suivants sur 2017, dernier module Janvier 2018

MODALITES PRATIQUES

Modalités de sélection à l'entrée dans le programme

Les critères pour pouvoir se présenter au programme sont les suivants :

- de formation **minimum** : BAC+2 et au moins trois années d'expérience professionnelle
Selon profil, ouvert au candidat ayant le Bac et 5 années d'expériences professionnelles
- adéquation fonction/ projet professionnel au regard de la formation proposée

La sélection des candidats s'effectue sur dossier et entretien individuel de 40mn

Elle a pour objectif de valider le profil requis, d'évaluer la motivation du candidat ainsi que sa capacité d'investissement personnel.

Après examen des dossiers, le jury ESSEC peut accorder des dérogations aux candidats dont le profil ne correspond pas complètement à ces critères.

La période de sélection aura lieu les 13/14/15 Octobre 2016 :
le jury sera composé de JM XUEREB et MC2

Modalités d'évaluation du parcours diplômant

- Satisfaire aux obligations du contrôle continu

Chaque module fait l'objet d'une évaluation. Les stagiaires doivent réaliser un travail individuel ou collectif (par groupe de 2 ou 3) à l'issue de chaque module. Ces travaux font l'objet d'une évaluation et d'une notation par le professeur ayant enseigné le module.

Il est nécessaire d'obtenir un minimum de 12/20 de moyenne sur l'ensemble des modules.

- Rédiger et soutenir un mémoire

Le mémoire est la synthèse et la conclusion structurée du projet d'action ; il est accompagné d'une soutenance orale. L'ensemble est évalué par un jury ESSEC qui doit attribuer une note supérieure ou égale à 12 sur 20 pour que le mémoire soit validé.

=> Pour obtenir le diplôme ESSEC, titre Homologué RNCP (niveau II) de « Responsable en Marketing et Développement Commercial » NSF 312 p paru au JO du 27/05/2015

Une note moyenne supérieure à 12 / 20, obtenue **à la fois** au contrôle continu et au mémoire du projet d'action,

Modalités organisationnelles

Un interlocuteur unique : MC2 (correspondant ESSEC en Martinique) pour centralisation des candidatures, suivi des demandes, contact commercial et organisation logistique

Lieu de la FORMATION et de la SELECTION : Locaux du MEDEF / Montgéralde

Modalités financières

Durée de la formation : 304 h

Taille du groupe : minimum 18 participants - maximum 25

Coût HT/participant : 16000 € **FORMATION éligible au CPF et à l'abondement exceptionnel des OPCA** : entre 90 et 100% de financement en fonction du nombre d'heures de CPF et de l'OPCA (nous consulter)