

Parcours métier – Business Developer

Prendre en main les missions du Business Developer

8 jours (56 heures)

Initiation

Présentiel ou classe à distance

à partir de

4 100 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 30/09/2026. Document téléchargé le 01/10/2026.

Face au profil stratégique de **Business Developer**, les attentes des entreprises sont fortes en termes de vision stratégique, d'ouverture de nouveaux marchés ou de développement commercial. Le Business Developer doit mobiliser une diversité de compétences : négociation, analyse, créativité, excellence relationnelle...

Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours métier "**Business Developer**", validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

A l'issue de cette formation, vous avez l'opportunité exclusive d'acquérir une attestation de compétences et valider vos compétences en passant un examen ISM.

Coût supplémentaire de l'attestation : 450€ HT.

Format de l'examen :

- Une évaluation continue après chaque module sous forme de quizz.
- Un mémoire à réaliser.
- Une soutenance devant un jury ISM.

Si vous souhaitez passer une certification, merci de l'indiquer sur votre bulletin d'inscription.

Nous vous invitons à vous rapprocher de votre conseiller clientèle afin d'en savoir plus au 01 85 53 19 31.

Objectifs

- Analyser son marché et détecter les opportunités de développement.
- Construire une stratégie commerciale rentable.
- Piloter les actions et mesurer leur performance.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Évaluer et saisir les nouvelles opportunités de business afin de développer de nouveaux marchés.

À qui s'adresse cette formation ?

- Business developer junior.
- Toute personne souhaitant acquérir les compétences en stratégie commerciale.

Prérequis

Aucun.

Programme

1 Pendant votre formation

MOD1 – Analyser son environnement et détecter les nouvelles opportunités business (Module 1 – présentiel – 2 jours)

Modules distanciels :

- E–quiz en amont/aval de la formation.
- Livre Blanc : Business Developers : pourquoi vont-ils révolutionner la fonction commerciale ?

Se positionner en tant que Business Developer

- Les missions du Business Developer.
- S'approprier les compétences requises d'un Business Developer.
- Grand groupe, start up, entreprise... : trouver son positionnement de Business Developer.
- **Atelier** : cartographier les missions du Business Developer.

Analyser son marché et ses opportunités de croissance de chiffre d'affaires

- Assurer une veille technique, scientifique et concurrentielle de son marché.
- Identifier les besoins du marché : les 5 forces de Porter.
- Anticiper les évolutions du secteur et du marché en détectant les signaux faibles.
- Mesurer l'attractivité d'un marché.

- **Atelier** : les approches stratégiques Ansoff et Océan Bleu.

Evaluer l'intérêt d'un projet de développement pour son entreprise

- Analyser et maîtriser son portefeuille de produits/services.
- Réaliser le diagnostic SWOT de son entreprise.
- Etablir la cartographie des ressources internes pour évaluer le potentiel de développement disponible.
- Déterminer l'écart entre les capacités de l'entreprise et le but à atteindre.

MOD2 – Organiser son portefeuille clients (Module 2 – e-learning – 7h)

Organiser le développement d'un portefeuille clients (e-learning – 7 heures)

- Connaître les outils d'analyse d'un portefeuille clients
- Identifier les sources de croissance et développement existantes à l'appui de l'analyse
- Définir les cibles prioritaires de développement

MOD3 – Définir sa stratégie de croissance et développer des marchés (Module 3 – présentiel – 2 jours)

Module distanciel

- Comment argumenter par les bénéfices dans une négociation ?
- Comment être assertif dans une négociation ?

Etablir un business plan de développement

- Identifier des opportunités de croissance par zone/pays et les traduire en stratégie de développement.
- Définir sa stratégie commerciale en prenant en compte toutes les parties prenantes et les ressources internes disponibles.
- Traduire sa stratégie de développement en objectifs de ventes.
- Construire des offres techniques et économiques et élaborer le budget.
- Définir des plans d'action : marketing, opérationnel, management.
- **Atelier** : réaliser le business plan de son offre.
- Valoriser la durabilité des produits et/ ou leur adéquation avec la réglementation environnementale.
- Mesurer l'impact RSE de sa stratégie commerciale.

Elaborer, contrôler et suivre le pilotage des actions commerciales

- Planifier et organiser ses actions commerciales en fonction des objectifs d'activité et des résultats attendus.
- Sélectionner les bons KPIs pour contrôler l'efficacité des actions commerciales.
- Utiliser le CRM pour piloter son activité commerciale.
- **Atelier** : construire et exploiter un tableau de bord commercial.
- **Atelier** : s'assurer de la performance et de la rentabilité des opérations de développement.

Négocier et vendre des partenariats commerciaux

- Connaître les tactiques de négociation efficaces personnalisés par zone/pays.
- Préparer son argumentation durable en clarifiant ses objectifs et sa marge de manœuvre.
- Négocier des contrats commerciaux avec ses prospects.
- Proposer un partenariat : avantages et contraintes.
- Déterminer les droits et obligations réciproques d'un partenariat.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

MOD4 – Piloter le déploiement de l'offre commerciale (Module 4 – elearning – 7h)

Piloter le déploiement de l'offre commerciale (e-learning – 7 heures)

- Instaurer des indicateurs commerciaux
- Être capable de déterminer les produits/services de l'entreprise les plus rentables
- Construire un plan d'action commercial profitable
- Aligner l'équipe commerciale sur le plan d'action
- Etablir les objectifs commerciaux à atteindre pour chaque produit/ service/ référence

MOD5 – Piloter sa performance commerciale (Module 5 – présentiel – 2 jours)

Définir les objectifs et structurer son tableau de bord

- Identifier le rôle et l'utilité d'un tableau de bord commercial et définir la bonne structure pour son besoin.
- Définir clairement les résultats commerciaux attendus et les traduire en indicateurs mesurables.
- Identifier les sources de données (ventes, activité, satisfaction client...) à collecter.
- **Atelier** : cartographier les activités commerciales à piloter avec un tableau de bord.

Choisir et hiérarchiser les indicateurs clés adaptés

- Connaître les caractéristiques d'un bon KPI.
- Sélectionner les indicateurs quantitatifs et qualitatifs les plus adaptés (CA, marge, taux de conversion, cycle de vente, satisfaction client, NPS...).
- Prendre en compte les parties prenantes externes pour choisir les indicateurs.
- **Atelier** : Construire une matrice de sélection des KPIs les plus pertinents pour son entreprise.

Construire son tableau de bord commercial

- Sélectionner le support de son tableau de bord commercial (Excel avancé, Power BI, Google Data Studio, CRM...).
- Structurer l'information pour une lecture rapide : graphiques, couleurs, alertes visuelles.
- Intégrer des tableaux de bord dynamiques et interactifs pour un suivi en temps réel.
- **Atelier** : Créer un tableau de bord initial et apprendre à analyser les chiffres, à calculer les écarts et formaliser la priorisation commerciale.

Collecter, alimenter et automatiser les données

- Identifier les sources de données fiables et automatiser leur remontée (CRM, ERP, BI...).
- S'appuyer sur des outils de data visualisation (Power BI, QlikView, Looker...)
- Assurer la mise à jour en temps réel des données pour éviter les erreurs d'analyse.
- Faire adhérer le tableau de bord par ses équipes commerciales et assurer la remontée efficace des informations.
- **Atelier** : Automatiser l'actualisation des données et intégrer son tableau de bord à un CRM.

Manager et motiver ses équipes avec des tableaux de bord

- Utiliser les chiffres comme outils de management : partager, échanger, motiver et challenger son équipe.
- **Atelier** : animer une réunion d'équipe avec le tableau de bord.
- Mesurer l'efficacité des actions commerciales de son équipe avec le tableau de bord.
- Étudier le comportement de ses clients et prospects grâce au tableau de bord pour tester et mesurer l'efficacité de nouvelles techniques et approches commerciales.
- Utiliser des assistants IA (ChatGPT, Copilot, Salesforce Einstein) pour extraire des insights actionnables à partir des tableaux de bord.

Optimiser son tableau de bord et l'adapter en continu

- Identifier les KPIs inutiles ou obsolètes et les remplacer par des indicateurs plus pertinents.
- Évaluer l'efficacité des tableaux de bord existants et les ajuster selon l'évolution des objectifs.
- Rester agile : comment faire évoluer son tableau de bord en fonction du marché et des besoins commerciaux ?
- **Atelier** : Audit de son propre tableau de bord et plan d'amélioration.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Franck JARROSSON

Consultant formateur commercial senior.

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation.

Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

Sessions

À distance

Du 22 octobre 2026 au 21 janvier 2027

Du 21 juin 2027 au 24 septembre 2027

Du 21 octobre 2027 au 19 janvier 2028

Du 9 décembre 2027 au 25 février 2028

Paris

Du 7 décembre 2026 au 25 février 2027