

Direction d'un centre de profit

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse : ■ **la certification peut s'utiliser dans différents domaines professionnels, publics, privés et à différents niveaux de responsabilités pour un dirigeant de business unit ou directeur général.**

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **315**, **310m**, **313m**

Code(s) ROME : **M1302**

Formacode : **32076**

Date de création de la certification : **01/01/2007**

Mots clés : **business modèle**, **stratégie**, **management**, **Leadership**

Identification

Identifiant : **3043**

Version du : **11/07/2017**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- **Néant**

Non formalisé :

- **Oui**

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

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

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Néant

Descriptif général des compétences constituant la certification

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

Public visé par la certification

- Salariés et demandeurs d'emploi

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.

Maitriser 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

Maitriser 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

Maitriser 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 financier.

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.

Modalités générales

La formation est dispensée en 6 modules de 2 jours répartis sur 4 mois.

Partie 1 : Mise en œuvre de la stratégie

Partie 2 : Création de valeur client : stratégie, plans d'action marketing et commerciale

Partie 3 : Pilotage de la performance financière : analyse et prévisions

Partie 4 : Entraînement au pilotage stratégique et opérationnel

Partie 5 : Clés du leadership

Partie 6 : Être acteur du progrès partagé et durable

Une large part est faite aux échanges d'expériences et l'étude de nombreux cas renforce l'orientation pratique de ce programme. De nombreux programmes sont mis à disposition des participants :

Simulation informatisée de gestion
E-learning et bibliothèque virtuelle.
Conférence et témoignage d'expert

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

La certification permet aux participants de renforcer leurs compétences en stratégie, marketing, pilotage financier, leadership pour les mettre en œuvre dans les centres de profit et leur permettre ainsi d'évoluer vers des fonctions de direction d'un centre de profit.

Pour l'entité utilisatrice

La certification permet de faire monter en compétences les directeurs de centre de profit, afin de sécuriser et pérenniser la gestion et l'efficacité des business unit au travers de choix réalisés objectivement et à la lumière d'indicateurs précis.

Evaluation / certification

Pré-requis

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

Compétences évaluées

Maitriser 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
Maitriser 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)

Centre(s) de passage/certification

- Etablissement d'Enseignement Supérieur Consulaire Hautes Etudes Commerciales de Paris, EESC, 8 Avenue de la porte de Champerret, 75017 Paris

Maitriser 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 profitabilité, 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.

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Néant

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétence

Plus d'informations

Statistiques

Une trentaine de personne par an depuis 2013

Autres sources d'information

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