



# CYCLE PERFORMANCE : L'Organisateur 4.0

Formation certifiante CCP - bloc de compétences « Mettre en œuvre l'objet social de la structure » du titre du Ministère du Travail « Responsable petite et moyenne structure ». Intitulé du titre professionnel - Sigle du titre professionnel : RPMS



CPF

NOUVEAUTÉ

SUR-MESURE

INTER ENTREPRISE

## Objectif de formation

A l'issue de la formation les participant maîtriseront la méthodologie et les techniques afin d'analyser l'offre de leur organisation, de renforcer la production et d'optimiser la diffusion ainsi que la commercialisation des produits et services.

## Programme

### 1) ANALYSER SON OFFRE ET OPTIMISER SA PRODUCTION

#### Analyser son offre et sa production

Maîtriser différentes méthodes pour analyser les tendances du marché et de la clientèle à partir de données générales ou sectorielles

Analyser les besoins ou comportements de la clientèle à partir des données du système d'information

Analyser les stratégies, produits, positionnements et parts de marché de la concurrence

Maîtriser les techniques et méthodologies pour réaliser une analyse factuelle de son organisation et de sa production

#### Organiser la production

Retirer les enseignements de la phase de diagnostic pour formaliser un plan d'actions

Maîtriser les principes généraux de la gestion de projets

Organiser l'ensemble des process envisagés, conception, développement des produits

S'interroger sur l'organisation des équipes et des espaces de travail en respectant les règles de sécurité

Organiser les approvisionnements ; analyser les flux physiques, la qualité des installations, traitement et dysfonctionnement

Organiser la maintenance et les évolutions de l'outil de production

Préparer et anticiper le contrôle qualité (DUERP)

Définir une organisation de travail prenant en compte les besoins éventuels de la personne en situation de handicap

#### Ajuster et agir en situations complexes

Identifier et ajuster les ressources critiques (main-d'œuvre, matières premières)

Optimiser le stockage et l'approvisionnement

Confronter la commande aux contraintes de production

Analyser et synthétiser les dysfonctionnements, les décalages et les imprévus

Élaborer et mettre en œuvre des mesures correctives et des contrôles d'impact associés

Préparer les audits : évaluer et analyser les risques et appliquer les règles de sécurité

Définir un plan d'investissement de sécurisation des risques

### 2) PROMOUVOIR EFFICACEMENT SON OFFRE : VENTE ET MARKETING

#### Analyser le marché (rappels)

Analyser les tendances du marché et de la clientèle à partir de données générales ou sectorielles

Définir les avantages concurrentiels de l'offre

Évaluer les forces, faiblesses, opportunités et menaces de la structure

Rédiger un plan marketing

Préparer une démarche de labellisation ou de certification

Organiser et assurer une démarche marketing

## Infos pratiques

### Type de formation

Formation continue

### Public cible

Chefs d'équipes, encadrants expérimentés, responsables de PME, dirigeants, chefs de projets ou tout autre responsable souhaitant enrichir sa pratique afin d'optimiser l'offre, la production et la diffusion des produits et services de son organisation.

### Durée

9 Jours dont 9 Jours en centre  
105 Heures en entreprise

### Tarif(s) net de taxe

2 550 € par stagiaire

330 € en supplément si certification

### Adresse

Quimper - CFTMI/CEL  
145 Avenue de Keradennec,  
CS 76029,

29330 Quimper

<https://cci-formation-bretagne.fr/finistere>

Organiser la collecte des informations

Sélectionner les canaux de diffusion de l'information marketing

Communiquer dans le cadre du plan marketing

### **Définir et formaliser un plan global d'action pour promouvoir l'offre**

Définir le rôle et les objectifs du marketing

Définir le rôle et les objectifs des forces de vente

Définir le rôle et les objectifs de la communication

### **Mettre en œuvre le plan d'action marketing**

Maîtriser les fondamentaux du marketing opérationnel

. connaître et appliquer le principe des 4P

. savoir réaliser une segmentation de la clientèle

. maîtriser les principes du comportement d'achat des potentiels clients

. gérer et optimiser le flux commercial entrant : être à l'écoute des clients et des usagers

Cerner en marketing, l'apport du digital

. discerner les différents canaux du marketing digital

. optimiser l'usage des différents moteurs de recherche (SEO),

. maîtriser les principes du SEM : fonctionnement de la publicité sur les moteurs de recherche (Google Ads, Bing Ads)

. définir ses priorités en SMM : cerner les différentes caractéristiques de chaque réseau social (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, etc.) afin de sélectionner les plateformes adaptées à votre cible

. savoir créer une campagne efficace via l'emailing

. création d'une proposition de valeur adaptée à l'environnement numérique

. définir au final une stratégie afin d'avoir un positionnement clair sur le marché digital.

### **Mettre en œuvre le plan d'actions des forces de vente**

Gérer et optimiser le flux commercial entrant : être à l'écoute des clients et des usagers

Animer la relation avec les clients, usagers, fournisseurs et partenaire

Gérer et dynamiser la force de vente (commercial sortant)

Structurer la prospection et planifier le suivi

## **3) REPONDRE EFFICACEMENT AUX MARCHES PUBLICS PAR VOIE DEMATERIALISEE**

### **Comprendre les fondamentaux des marchés publics**

Les grands principes de la commande publique

La réglementation des Marchés Publics et ses dernières évolutions

Les acteurs de l'achat public : qui sont les décideurs ? Qui peut candidater aux marchés publics ?

Les principales procédures de marchés publics et leurs spécificités, les seuils Le déroulement d'une procédure de marché public

Comment « entrer » dans les marchés publics, se faire connaître et faire connaître ses produits, ses prestations, ses services

### **Identifier les caractéristiques du profil d'acheteur**

La place centrale du profil d'acheteur

Les fonctionnalités du profil d'acheteur

### **Effectuer une veille pertinente**

Définir sa cible et ses critères (Mise en situation : Trouver un marché public)

Les acteurs de la veille

Les données essentielles (Mise en situation : Se familiariser avec les données essentielles)

### **Maîtriser les étapes de réponse à un appel d'offres**

La réglementation des signatures électroniques (Mise en situation : signature électronique)

Comment communiquer avec l'acheteur public avant, pendant et après la consultation

Savoir répondre par voie dématérialisée (Mise en situation : échanges, dépôts d'une réponse via une consultation test)

Les pièces à fournir à l'appui de votre candidature et de votre offre (Mise en situation : Remplir un DUME)

Les modalités d'association avec d'autres entreprises : sous-traitance, co-traitance, groupement, etc.

Modalités d'analyse des offres / La pondération des critères : comprendre les critères de sélection des offres

La phase de négociation

La finalisation de la procédure

Introduction à l'exécution des marchés publics

## **4) S'AFFIRMER DANS LES RELATIONS PROFESSIONNELLES**

### **Cerner les principes d'une communication efficace**

Connaître les règles de bases de la communication

Mieux se connaître pour mieux communiquer

Cerner l'impact de la communication : La communication non verbale (les effets de la posture des acteurs et de leur gestuelle), La communication verbale (l'impact des mots)

### **Savoir analyser les différents comportements relationnels**

Comportement inhibé (fuite, soumission), Comportement agressif, Comportement manipulateur,

Comportement affirmé (l'assertivité)

Faire son diagnostic relationnel pour connaître ses points forts et ses points d'amélioration

### **Développer en relation professionnelle, la confiance en soi, l'affirmation de soi et l'assertivité**

Cerner, dans les relations interpersonnelles, le principe de droits fondamentaux Savoir demander, savoir refuser, savoir négocier

Maîtriser ses émotions

Savoir s'appuyer sur les 9 principes de la confrontation

Contrer la manipulation

Faire ou recevoir une critique : postures

Savoir donner des signes de reconnaissance pour relancer la communication constructive



## **Les points forts de la formation**

- Pour ce parcours de formation, afin de faire valider les compétences acquises, le participant peut opter pour le passage d'une certification.
- Pour ce faire, en amont de cette session de certification, le candidat réalise un ou plusieurs projets. Il prépare un dossier présentant ce ou ces projets ainsi qu'un support de type diaporama. Lors de la certification, le jury prend connaissance du dossier imprimé avant la présentation du candidat puis pose des questions au candidat (voir les modalités via la rubrique « Modalités de certification en fin de formation »).
- Cette formation est donc éligible au CPF par une certification CCP - bloc de compétences d'un titre du ministère du Travail.
- Cette formation, dans un format avec ou sans certification, est également accessible en version sur mesure (formation INTRA) pour un groupe de collaborateurs d'un même établissement.

# Les conditions d'admission

## Prérequis

Avoir une expérience en entreprise ou dans une organisation gérant une offre ou assurant chaque année une production de biens ou de services.

## Le parcours de formation

### Objectifs pédagogiques

Analyser son offre et optimiser sa production Promouvoir efficacement son offre : vente et marketing S'affirmer dans les relations professionnelles Répondre efficacement aux marchés publics par voie dématérialisée

## ► PRÉSENTIEL

### Modalités d'évaluations

Modalités d'évaluations en cours de formation Dans le cadre de notre process qualité, évaluation systématique des éléments acquis en cours de formation : cas pratique et/ou quizz appliqués / et/ou travaux de sous-groupes ou individuels évalués par les intervenants. La formation est organisée par la CCI Finistère. En fonction de la provenance des inscrits, les regroupements pourront s'organiser alternativement à Brest, à Morlaix ou à Quimper. Modalités de certification en fin de formation En amont de la session d'examen, le candidat réalise un ou plusieurs projets. Il prépare un dossier présentant le ou les projets ainsi qu'un support de type diaporama. Le candidat est ensuite convoqué à un oral (entretien technique) où il présente durant 30 minutes l'ensemble de son travail au jury (les jurés via un dossier imprimé auront étudié le dossier avant la présentation du candidat). A l'issue de cette présentation par le candidat, le jury, durant 15 minutes le questionne sur la base de son dossier de projet et de sa présentation. Durant cet échange, le jury vérifie que les compétences ci-dessous sont maîtrisées par le candidat : • Adapter l'offre de la structure à la demande • Organiser et développer la diffusion de l'offre • Organiser la production Période en entreprise Le candidat qui se présente à la certification (CCP « Diriger une structure avec une équipe ») après un parcours de formation devra avoir effectué une période en entreprise d'une durée minimale de 105 heures. Cette période est obligatoire pour se présenter aux épreuves du CCP (certification). Le candidat apporte la preuve de cette période auprès du responsable de la session d'examen. Cette preuve est conservée avec les éléments du dossier du candidat. La période en entreprise est incluse dans le temps de travail en entreprise pour les contrats d'alternance

### Modalités pédagogiques

Formation dynamique et participative : apports méthodologiques suivis de nombreux cas pratiques. A partir de situations concrètes études de cas et exercices.

## Les sessions



### Quimper

- Nous contacter

## En savoir plus Certification professionnelle - diplôme

Date et mise à jour des informations : 06/03/2026

**Intitulé :** CCP Bloc de compétences "Mettre en œuvre l'objet social de la structure" du  
**Titre professionnel du Ministère du travail**  
**Code RNCP :** 38575 - Décision du 08-02-2024

Extrait de la description de la formation. Consultez l'intégralité des informations relatives à cette formation sur notre site internet [www.cci-formation-bretagne.fr](http://www.cci-formation-bretagne.fr)

## Contacts



**NATHALIE LE BRUN / Pierre-Yves LE GALL**

[formation.quimper@finistere.cci.fr](mailto:formation.quimper@finistere.cci.fr)

CFTMI/CEL Quimper - N° SIRET 130 022 932 00326 - N° d'activité 53290897729

145 Avenue de Keradenec, CS 76029, - 29330 Quimper

Tél. : 02 98 98 29 78 - [formation.quimper@finistere.cci.fr](mailto:formation.quimper@finistere.cci.fr) - <https://cci-formation-bretagne.fr/finistere>

