



**Référentiel - 2025 / 2026**

**Bachelor Gestionnaire de club sportif**

## Admissions

Tout public (étudiant, salarié, demandeur d'emploi) après positionnement.  
Titulaire d'un bac+2 ou d'un titre enregistré au RNCP de niveau 5.ou VAP avec 3 ans d'expérience, VAE

## Objectifs :

La formation a pour ambition de préparer à l'obtention de la certification Responsable du Développement Commercial.

A l'issue de la formation, vous serez capable de mobiliser ses compétences lors de :

- La conception et la mise en œuvre des actions marketing
- La définition et la mise en œuvre un plan d'action commerciale (PAC)
- L'organisation de la prospection et le développement du portefeuille clients
- La mise en œuvre d'une stratégie de gestion de la relation
- Le management d'une équipe opérationnelle

Vous pourrez aussi vous positionner comme levier d'anticipation et d'innovation.

## Métiers visés

- Chef de secteurs produits sport
- Consultant en management du sport
- Collaborateur au service sponsoring d'une grande entreprise ou d'une collectivité
- Responsable commercial au sein d'un club ou d'une fédération nationale (ligue, comités)
- Commercial, chargé de partenariat de clubs professionnels,
- Directeur de centre de remise en forme, de fitness, de padel, de tennis, de golf...
- Responsable événements et promotions d'organisations sportives
- Responsable développements et partenariats.

## Programme

Gestion commerciale d'entreprise et de projet Marketing  
Management commercial et RH  
Outils et supports commerciaux  
Stratégie de communication  
Techniques de communication  
Compétences professionnelles

## Blocs de compétences

Définir une stratégie de développement commercial  
Mettre en œuvre la stratégie de développement commercial  
Gérer la relation client et fidéliser  
Manager une équipe opérationnelle  
Gestion d'un club de sport et coaching

## Validation de compétences

### EXAMENS

Partiels  
Études de cas  
Mises en situation et serious game  
Challenges  
Oraux

### LIVRABLES

Rapport d'activité  
Dossier Projet  
Livret d'employabilité

### GRAND ORAL

Présentation des activités et culture métier  
Présentation du projet professionnel  
Bilan des compétences acquises

### Modalités et délais d'accès :

Cette formation est accessible en formation initiale, en alternance (contrat de professionnalisation et contrat d'apprentissage).  
La prochaine rentrée débute en Septembre 2025.

# Programme "GESTIONNAIRE DE CLUBS SPORTIFS"

Unité d'enseignement / Matières / Objectifs pédagogiques

Volume horaire

## UE 1 : Définir une stratégie de développement commercial

80 heures

### Veille enquêtes et benchmarking dans le monde du sport business

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Définir les notions clés : consommateurs, besoin, désir, motivations etc. ;
2. Définir les étapes d'un processus d'achat ;
3. Analyser une publicité (maîtriser les figures de style et les choix principaux d'orientation) ;
4. Définir un concept un produit et le positionner en fonction de plusieurs cibles spécifiques ;
5. Différencier un produit/service et une relation en fonction des besoins et des valeurs des clients."

### Comportement du consommateur

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Identifier les sources pertinentes et fiables ;
2. Recueillir et traiter des informations de façon pertinente ;
3. Piloter des études complémentaires ;
4. Repérer les évolutions des modes de communication ; des techniques de vente et les tendances dans le monde du fitness ;
5. Identifier les points forts et les points faibles d'une campagne ;
6. Repérer les évolutions en émergence ;
7. Réutiliser les évolutions en émergence pour apporter une plus-value à un projet ;
8. Décrire les évolutions sociétales et techniques repérées."

### Marketing stratégique et digital

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Réaliser une veille sur les tendances en communication ;
2. Recueillir et traiter des informations de façon pertinente ;
3. Piloter des études complémentaires ;
4. Analyser les caractéristiques de l'offre et son potentiel ;
5. Identifier le positionnement de l'entreprise ;
6. Analyser la stratégie opérationnelle de l'entreprise ;
7. Identifier les évolutions du marché et de la concurrence ;
8. Repérer les points forts et les faiblesses de la concurrence ;
9. Repérer les points forts et les faiblesses de l'entreprise ;
10. Proposer une ou plusieurs matrices SWOT ;
11. Proposer, rédiger et présenter des recommandations stratégiques."

### Plan d'action commercial

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Analyser les plans commerciaux et marketing précédents ;
2. Analyser la stratégie de l'entreprise ;
3. Identifier les nouvelles orientations à prendre ;
4. Evaluer comparativement les moyens à mobiliser (outils web, print, etc.) ;
5. Négocier et argumenter le budget avec la direction commerciale ;
6. Estimer les coûts au regard des objectifs et des moyens à mobiliser ;
7. Choisir les offres à promouvoir et les cibles visées ;
8. Définir les objectifs qualitatifs et quantitatifs du PAC ;
9. Répartir les actions au sein de son équipe commerciale ;
10. Réaliser une veille concurrentielle ciblée."

## UE 2 : Mettre en œuvre la stratégie de développement commercial

120 heures

### Communication

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Rédiger une recommandation stratégique en communication ;
2. Distinguer média d'un hors média ;
3. Préconiser des moyens adaptés à la problématique de communication quel que soit le contexte ;
4. Comprendre le principe de la communication 360° ;
5. Evaluer la communication"

### Prospection et négociation commerciale

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Identifier de nouveaux marchés à conquérir et repérer les potentialités du secteur ;
2. Analyser et caractériser les cibles visées ;
3. Evaluer l'importance stratégique des cibles ;
4. Fixer des objectifs réalistes au regard de la zone à prospecter ;
5. Repérer les moyens de prospection et les supports de communication ;
6. Elaborer des messages et des supports cohérents et adaptés à la cible ;
7. Elaborer la mise en œuvre d'opérations de conquête et d'outils de fidélisation (carte de fidélité, événements, cadeaux, etc.) ;
8. Optimiser le planning de prospection ;
9. Développer ses techniques de vente auprès d'une cible Business to Business ;
10. Animer des événements commerciaux face à une clientèle Business to Customer ;
11. Concevoir et mettre en œuvre une méthode de vente opérationnelle ;
12. Réaliser et mettre en place des outils simples, efficaces et opérationnels ;
13. Mener des entretiens de négociation/vente dans des contextes variés ;
14. Organiser le suivi d'une vente de la négociation jusqu'à sa livraison/facturation."

### Droit commercial

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Maîtriser les principales sociétés commerciales ;
2. Analyser une situation, argumenter clairement à l'écrit en utilisant les mécanismes juridiques étudiés et justifier les solutions choisies ;
3. Traiter un cas pratique : mettre en pratique une règle théorique et l'adapter à une situation ;
4. Lire et comprendre une décision de justice interprétant les règles juridiques ;
5. Maîtriser les deux principaux régimes matrimoniaux essentiels pour la responsabilité de l'entrepreneur."

### Tableaux de bord et outils de suivi

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

1. Elaborer des tableaux de bords et des outils de suivi adaptés ;
2. Mettre en place une chaîne de transformation commerciale pour permettre plus de prospects ;
3. Organiser le reporting des équipes commerciales ;
4. Contrôler les actions et les adaptations à effectuer ;
5. Evaluer et analyser les résultats commerciaux ;
6. Préconiser une évolution du PAC ;
7. Suivre le budget"

### Gestion administrative et financière

*A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :*

Organiser le suivi administratif et financier d'une vente de la négociation jusqu'à sa livraison/facturation : planification, tableaux de suivi (ventes, livraisons, facturations), procédures de contrôle et d'alerte."

# Programme "GESTIONNAIRE DE CLUBS SPORTIFS"

Unité d'enseignement / Matières / Objectifs pédagogiques	Volume horaire
<p><b>UE 3 : Gérer la relation client et fidéliser</b></p> <p><b>CRM et eCRM</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mettre en place une démarche et des outils de mesure et d'évaluation (CRM) ;</li><li>2. Bâtir une base de données ;</li><li>3. Recenser et sélectionner les outils CRM /e-CRM ;</li><li>4. Formuler et contrôler les outils de mesure de la relation client ;</li><li>5. Définir les caractéristiques d'un client ;</li><li>6. Identifier la valeur stratégique du client pour l'entreprise ;</li><li>7. Mesurer le retour sur investissement (nombre de contacts, clics, etc.) ;</li><li>8. Caractériser la fidélisation de ses clients ;</li><li>9. Elaborer et estimer les stratégies CRM possibles en fonction des situations et contraintes de fidélisation."</li></ol> <p><b>Gestion de la relation client d'un club sportif</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Anticiper les besoins des clients ;</li><li>2. Définir une approche client ;</li><li>3. Mettre en œuvre une démarche individualisée ;</li><li>4. Organiser le suivi administratif d'une vente ;</li><li>5. Evaluer la satisfaction des clients pour donner suite aux actions menées ;</li><li>6. Définir et mettre en place des actions de fidélisation adaptées aux profils des clients."</li></ol>	100 heures
<p><b>UE 4 : Manager une équipe opérationnelle</b></p> <p><b>Recrutement et management des forces de vente</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifier les particularités de la fonction de responsable marketing et commercial</li><li>2. Concevoir, organiser et gérer une équipe de vente</li><li>3. Structurer une équipe commerciale</li><li>4. Définir les moyens humains à mobiliser ;</li><li>5. Déterminer les compétences nécessaires à l'exercice d'un poste de travail ;</li><li>6. Définir des objectifs collectifs et individuels ;</li><li>7. Identifier les compétences, les points forts et les points faibles des membres de l'équipe ;</li><li>8. Identifier les besoins en formation ;</li><li>9. Répartir le portefeuille client."</li></ol> <p><b>Mesure et développement de la performance</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Suivre l'activité quotidienne des équipes commerciales ;</li><li>2. Suivre et contrôler les performances ;</li><li>3. Mettre en place des outils de reporting ;</li><li>4. Résoudre les problèmes rencontrés ;</li><li>5. Attribuer des primes variables ;</li><li>6. Etablir un guide d'entretien individuel ;</li><li>7. Mener un entretien individuel."</li></ol>	100 heures
<p><b>UE 5 : Gestion d'un club de sport et coaching</b></p> <p><b>Le 3 décembre : journée internationale de la personne handicapée/handisport</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Découvrir le Handisport et ses spécificités ;</li><li>2. Identifier les difficultés des sports adaptés aux personnes handicapées ;</li><li>3. Analyser les développements économiques des projets "sport et handicap" ;</li><li>4. Comprendre l'inclusion par le biais de rencontres avec des sportifs en situation de handicap."</li></ol> <p><b>Business model et leviers économiques autour du padel</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifier les spécificités de l'industrie du fitness et les enjeux économiques qui y sont associés ainsi que les différents modèles économiques (abonnements, tarifs à la séance, etc.)</li><li>2. Elaborer un business plan pour un club sportif tant par les connaissances techniques que par la gestion comptable</li><li>3. Utiliser tous les outils marketing pour recruter de nouveaux membres et mettre en place les stratégies de fidélisation</li><li>4. Concevoir des projets d'extension ou de diversification de l'activité d'un club sportif"</li></ol> <p><b>Événementiel et padel, golf, tennis ou fitness</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifier les différentes formes d'événementiel dans le domaine du sport, leurs enjeux d'organisation ainsi que les tendances et innovations.</li><li>2. Identifier les compétences nécessaires en planification, gestion de projet, budgétisation pour l'organisation d'événementiels.</li><li>3. Mettre en place des campagnes de communication et de partenariat dans l'organisation d'événement dans le domaine du sport.</li><li>5. Mesurer les retombées d'un événement (CA, image et notoriété) dans le domaine du sport."</li></ol> <p><b>Stratégie d'implantation d'un club de padel, golf, tennis, fitness</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifier les différents types de clubs sportifs, leurs spécificités et leurs enjeux d'implantation.</li><li>2. Réaliser une étude de marché pour évaluer les spécificités contextuelles, les forces/faiblesses/opportunités/menaces liées à l'implantation d'un club sportif.</li><li>3. S'approprier les enjeux de la segmentation de marché pour l'implantation d'un club sportif et identifier les différents segments de clients potentiels.</li><li>4. Mesurer les résultats de l'implantation d'un club sportif (CA, nombre de clients, satisfaction client, etc.) et ajuster sa stratégie en conséquence."</li></ol> <p><b>Reprise et rachat d'un club de sport</b> <i>A la fin de son apprentissage, l'apprenant(e) doit être capable de :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifier les enjeux, les spécificités et les différentes étapes processuelles, de reprise et de rachat d'un club sportif.</li><li>2. Réaliser une étude financière d'un club sportif pour déterminer sa valeur et négocier avec les vendeurs.</li><li>3. Identifier les enjeux de la gestion des ressources humaines dans le cadre d'une reprise ou d'un rachat d'un club sportif.</li><li>4. Elaborer et mettre en place une stratégie de marketing et de communication pour relancer l'activité d'un club sportif."</li></ol>	80 heures