



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Business Relationship Manager : les meilleures pratiques

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

Alors que l'entreprise bascule dans un monde numérique, les fournisseurs de services se multiplient, le bi-pôle traditionnel Etudes-Exploitation s'efface et émerge une nouvelle fonction clé, le Business Relationship Manager. Le BRM établit les liens indispensables aux niveaux stratégiques et tactiques, entre l'entreprise et ses multiples fournisseurs de services. Il garantit que la fourniture de service sera apte à satisfaire les exigences du business. Ce séminaire décrit le rôle et la posture du BRM au sein de la DSI. Il fournit les concepts et techniques nécessaires pour assurer la fonction.

Objectifs

- | Etablir le rôle du Business Relationship Manager
- | Préciser la posture du BRM comme partenaire stratégique et tactique de l'entreprise
- | Transformer les exigences business en cahier de charge pour les fournisseurs de services
- | Garantir la conformité des changements et leurs succès
- | Maximiser la création valeur par une gestion pertinente du portefeuille de services

Public

| Responsables des systèmes d'information, MOA et MOE souhaitant renforcer la maîtrise de la fonction de Business Relationship Manager ou évoluer vers celle-ci.

Prérequis

| Connaissances de base du marketing et des composantes d'un système d'information.

Programme de la formation

Perspectives d'évolution des entreprises et de leurs SI

- | La nouvelle donne : de nouvelles architectures des SI, Service-Oriented Architecture, Resource Oriented Architecture.
- | Les offres Cloud (IaaS, PaaS, SaaS) Cloud Public, Cloud Interne, Cloud Hybride (usage, tendance, sécurité, pilotage).
- | Une 4ème révolution industrielle, l'entreprise numérique, l'industrie 4.0, la robotique, la cobotique.
- | L'architecture d'entreprise : une structure symbiotique de la cybersphère et de l'entreprise.
- | Le service comme atome de l'architecture d'entreprise : définition centrée sur la valeur.
- | L'impact sur l'organisation de la DSI : la fin du bi-pôle Etude-Exploitation, l'émergence de nouvelles fonctions.

Emergence et rôle clé du Business Relationship Manager

- | Définition du rôle du Business Relationship Manager.
- | L'importance croissante de la fonction : l'éclatement de la chaîne de valeur de l'entreprise et ses conséquences.
- | Management stratégique, tactique et opérationnel : définitions, positionnement du Business Relationship Manager.
- | Des compétences requises à l'intersection des technologies et des métiers :

| | |
|-----------|---------------|
| Référence | BRM |
| Durée | 2 jours (14h) |
| Tarif | 1 990 €HT |
| Repas | repas inclus |

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

du 28 au 29 novembre 2024

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

stratégie, marketing, techniques, etc.

| Maîtriser les relations métiers selon les niveaux stratégiques, tactiques et opérationnels.

| Savoir évaluer la maturité de l'offre des fournisseurs au regard des exigences business et assurer l'adéquation.

| L'organisation de la fonction et la répartition des responsabilités au sein de la DSI, définition de la matrice RACI.

| Des normes et des référentiels de bonnes pratiques : ISO 20000, ITIL®, CMMI for services.

Le BRM, partenaire stratégique et tactique de l'entreprise

| Comprendre comment se forment les demandes des métiers.

| Maîtriser les processus relatifs au management des relations stratégiques.

| Comprendre la stratégie, modéliser l'écosystème de l'entreprise : le modèle des forces de Porter, l'analyse SWOT.

| Intégrer la gestion des risques : types de risque, traitement et formalisation des différents risques.

| Comprendre le management des biens stratégiques, les trajectoires d'innovation.

| Comprendre l'architecture de l'entreprise : les lieux de création ou de destruction de valeur.

| L'alignement stratégique : la définition des choix tactiques, les facteurs critiques de succès et les KPI.

| Les stratégies et tactiques d'outsourcing : sous-traitance, coopération, coopération ? vue globale du référentiel e-SCM (CL & SP).

La gestion du portefeuille de services et la création de valeur

| Définition du portefeuille de services et du catalogue de services : définitions, périmètres, interactions.

| L'étude économique des services : le business case du service, sa constitution, son cycle de vie.

| Le management du portefeuille de services garant de la création de valeur.

| La création des services, l'établissement des priorités, l'équilibre stratégique du portefeuille.

| La transition des services au sein des processus business.

| Le pilotage des services : création ou destruction de valeur et retrait des services.

| Les tableaux de bord et le pilotage de la valeur.

Le Business Relationship Management et le Customer Relationship Management

| Business Relationship Management et marketing relationnel : l'établissement de relations de confiance durables.

| Le Customer Relationship Management : un outil de partage entre tous les acteurs qui interviennent sur les services.

| L'anticipation des besoins de l'entreprise : captation des exigences des métiers.

| La mesure et le suivi de la satisfaction client et les Service Level Agreement (SLA).

| La gestion des réclamations des clients

| La communication : l'information et l'organisation du reporting.

Méthode pédagogique

Chaque participant travaille sur un poste informatique qui lui est dédié. Un support de cours lui est remis soit en début soit en fin de cours. La théorie est complétée par des cas pratiques ou exercices corrigés et discutés avec le formateur. Le formateur projette une présentation pour animer la formation et reste disponible pour répondre à toutes les questions.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.

| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.

| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.

| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.

| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).

| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.

| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.

| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.

| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.