SKILLS CAMPUS
Training & Certification Center

Business Relationship Manager : les meilleures pratiques

-Réference: **CV-66** -Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- 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.

A qui s'adesse cette formation ?

POUR QUI :

- 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

- **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.
  - 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.

Programme

- 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 : 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, coopétition ? 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

Programme

confiances 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 les réclamations des clients La communication : l'information et l'organisation du reporting.

(+212) 5 22 27 99 01

(+212) 6 60 10 42 56

Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7éme étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc