



CHARGE.E DU MARKETING DIGITAL AFC¹

OBJECTIF DE LA FORMATION

Le chargé du marketing a pour mission d'élaborer et de mettre en œuvre une politique commerciale en rapport avec les stratégies marketing retenues.

L'objectif de la formation est le suivant :

- Acquérir une méthodologie pour définir les tarifs, la promotion des ventes, les actions de communication, les gammes de produits, les services liés et les supports techniques pour un ensemble de produits développés par une entreprise

Durée: 1 524.00 heures (218.00 jours)

Profils des stagiaires

- Tout public dans le cadre de la formation professionnelle continue

Prérequis

- Titulaire de niveau Bac en lien avec la fonction commerciale et/ou marketing et/ou négociation
- Titre de niveau Bac + 2 non validé en lien avec la formation commerciale et/ou marketing et/ou négociation
- Titre de niveau Bac +2 non validé sans rapport avec la fonction visée mais associé à une expérience professionnelle dans le domaine marketing/négociation ou commercial
- Un bac +1 commerce vente marketing

Modalités et délais d'accès

- Ouverture des inscriptions 6 mois avant le début de chaque session
- Clôture des inscriptions 2 semaines avant le début de chaque session

Contacts

- Email : info@adn-formation.com - Tél. : 0596 774 438 Portable : 0696 239 542
- Adresse : Les Hauts de Californie - Bât A Porte 203 97232 Le Lamentin

Accessibilité aux publics en situation de handicap : Oui

¹ AFC Action de formation conventionnée

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les participants seront capables de :

- Développer le e-business et tous les outils de communication web multicanal pour pérenniser l'activité et fidéliser les relations commerciales de l'entreprise
- Dynamiser l'image et les échanges online tout en garantissant le respect de l'identité digitale de l'entreprise
- S'approprier la stratégie de développement commercial de l'entreprise

CONTENU DE LA FORMATION

• BLOC DE COMPETENCES 1 : ELABORER ET METTRE EN OEUVRE UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DE MARKETING DIGITAL

- Compétence 1 – Etudier l'entreprise dans son environnement, y compris numérique
- Compétence 2 - Etudier l'entreprise dans son organisation interne
- Compétence 3 - Analyser l'utilisation faite de l'outil internet et du marketing digital de l'entreprise
- Compétence 4 - Evaluer le degré de maturité numérique de la direction
- Compétence 5 - Evaluer le degré de maturité numérique des cibles/prospects
- Compétence 6 - Elaborer une stratégie de développement et de webmarketing
- Compétence 7 - Déterminer les actions de marketing digital
- Compétence 8 - Participer à la mise en œuvre d'un modèle de distribution cross-canal
- Compétence 9 - Mettre en œuvre la stratégie de moyens numériques et veiller à leur complémentarité
- Compétence 10 - Participer à l'élaboration de contenu sur internet
- Compétence 11 - Soumettre la stratégie de développement à la direction

• BLOC DE COMPETENCES 2 : GÉRER LA RELATION CLIENTELE ET PERENNISER L'ACTIVITE COMMERCIALE

- Compétence 1 – Segmenter les marchés potentiels de l'entreprise
- Compétence 2 - Identifier les prospects et les circuits de décisions au sein de l'entreprise ciblée
- Compétence 3 - Mettre en œuvre une prospection
- Compétence 4 - Identifier les besoins du client et lui apporter une réponse commerciale adaptée en tenant compte de son cahier des charges
- Compétence 5 - Veiller à la satisfaction du client
- Compétence 6 - Mettre en place une veille sur les appels d'offre
- Compétence 7 - Traiter des appels d'offres et élaborer les réponses en respectant le cadre réglementaire
- Compétence 8 - Fixer et faire évoluer la politique tarifaire et les marges de l'entreprise
- Compétence 9 - Evaluer les possibilités de négociation tout en étant le garant de la rentabilité de l'action
- Compétence 10 - Négocier avec le client
- Compétence 11 - Traiter la demande d'un client étranger en respectant les spécificités légales, techniques, culturelles du client

- **BLOC DE COMPETENCES 3 : METTRE EN OEUVRE UN PROJET DE DEVELOPPEMENT DE L'ACTIVITE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE AXE SUR LE DEVELOPPEMENT NUMERIQUE**

- Compétence 1- Analyser les évolutions du marché de l'entreprise : l'évolution de la demande, de l'offre, de la concurrence, quelles sont les nouvelles tendances et évolutions du marché
- Compétence 2- En fonction des évolutions du marché, déterminer les axes de développement à privilégier
- Compétence 3- Mettre en place une conduite de projet et définir l'équipe projet
- Compétence 4- Piloter un projet innovant intégrant le numérique
- Compétence 5- Elaborer le budget et contrôler la performance de l'action
- Compétence 6- Projeter l'activité à l'international
- Compétence 7- Identifier les points de revue et actions correctives tout au long de la mise en œuvre du projet

- **BLOC DE COMPETENCES 4 : MANAGER DES COLLABORATEURS AU SEIN D'UN SERVICE COMMERCIAL EN INTEGRANT LES OUTILS NUMERIQUES**

- Compétence 1- Identifier les besoins en recrutement du service commercial
- Compétence 2- Participer à l'action de recrutement et au déploiement de la marque employeur
- Compétence 3- Planifier l'activité du service commercial
- Compétence 4- Contrôler la performance individuelle et collective du service commercial
- Compétence 5- Apporter des solutions correctives en termes d'accompagnement ou de formation des collaborateurs en intégrant les outils numériques
- Compétence 6- Organiser et animer des réunions commerciales en présentiel ou distanciel
- Compétence 7- Mettre en œuvre les entretiens individuels pour développer la performance des collaborateurs et favoriser leur montée en compétences
- Synthétiser les résultats du travail de l'équipe commerciale et les communiquer à la direction en développant des supports de communications innovantes

- **MODULES SPECIFIQUES**

- Remise à Niveau
- Soutien Personnalisé
- Techniques de Recherche d'Emploi

- **IMMERSION EN ENTREPRISE (279H)**

- découvrir un métier
- confirmer le projet professionnel grâce à des situations réelles de travail,
- initier un parcours d'embauche pour accéder à un emploi ou dans le cadre d'une reconversion.

ORGANISATION DE LA FORMATION

Equipe pédagogique

- une consultante formatrice diplômée d'un Master 2 Manager de Projets Marketing et Digitaux et d'un Master 2 Sciences Politiques, spécialisée en communication et marketing digital
- un chef d'Entreprise, consultant formateur spécialisé dans l'organisation, le conseil et la direction d'Activité et d'Entreprise. Titulaire d'un Diplôme d'Etudes Supérieures Commerciales, Administratives et Financières
- un consultant formateur diplômé d'un Master Business et Administration et d'un Master Marketing Vente

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Plateforme e-learning
- Travaux individuels et par groupe
- Exercices pratiques, mises en situation, études de cas concrets
- Des échanges entre participants et des retours d'expériences des différents formateurs professionnels pour se positionner en tant que professionnel ou futur professionnel
- Documents supports de formation projetés.
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Quizz régulier durant la formation en présentielle
- Evaluation en contrôle continu
- En fin de parcours, session de validation du diplôme avec une mise en situation professionnelle et un entretien avec un jury professionnel
- Enquêtes de satisfaction en cours et en fin de formation

Modalités de sanction

- Formation préparant au titre professionnel de niveau 5 « Chargé du Marketing Digital »
- Possibilité de se présenter à la certification par bloc de compétences

Prix

- Action de formation conventionnée par Pôle-Emploi

Dates de la session

- Du 28 septembre 2020 au 8 octobre 2021

Mise à jour le : 07-12-2020-SA-V02