



## Parcours certifiant responsable marketing

Piloter efficacement son activité marketing

Code CFP : 235589

À l'issue de ce parcours, vous aurez acquis toutes les compétences et méthodologies de travail indispensables pour réussir dans votre fonction de responsable marketing.

### MODULE 1 | 3 jours

#### Élaborer une stratégie marketing

##### Concevoir et formaliser la stratégie marketing en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise

- Analyser le marché et ses évolutions, évaluer son potentiel.
- Analyser et comprendre les besoins des clients.
- Segmenter son marché.
- Détecter les opportunités de développement en s'appuyant sur les outils du diagnostic marketing (méthode PESTEL, démarche SWOT, matrice de Porter).
- Recommander et mettre en place des études marketing.
- Définir et formuler sa stratégie et son positionnement marketing de l'offre.

#### MODULES DISTANCIELS

- **E-quizz** en amont/aval de la formation
- À quoi servent les études marketing ?
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?

### MODULE 2 | 5 jours

#### Déterminer le nouveau mix marketing et suivre sa performance

##### Construire et consolider le nouveau mix marketing (4P, 4C, 4E, 4D)

- Recommander à sa hiérarchie un mix-marketing différenciant pour son offre.
- Analyser son portefeuille d'offres en s'appuyant sur les méthodes type BCG.
- Définir une stratégie de prix acceptable pour le consommateur et cohérente en termes de marges.

- Déterminer les canaux de distribution les plus adaptés : du monocanal au cross-canal.
- Sélectionner, pour chaque cible, les moyens et les messages de communication médias et hors médias pertinents, et les indicateurs clés à suivre.
- Ajuster le mix existant en fonction du cycle de vie d'un produit/service ou de la concurrence.

##### Piloter la performance marketing dans une logique de ROI

- Élaborer et chiffrer un business plan.
- Budgéter le plan marketing pour s'assurer de sa compatibilité avec les moyens confiés par l'entreprise.
- Mettre en place des outils de gestion et de suivi budgétaire.
- Réaliser des prévisions d'activité fiables et évaluer la rentabilité prévisionnelle d'un projet.
- Suivre et analyser les parts de marché, les ventes et les marges bénéficiaires.
- Proposer des ajustements.

#### MODULES DISTANCIELS

- Qu'est-ce qu'un marketing mix ?
- Quel est le juste prix d'un produit ?
- Comment choisir son canal de vente ?

### MODULE 3 | 4 jours

#### Construire un plan marketing omnicanal

##### Bâtir le plan marketing en plaçant l'expérience client au cœur de la stratégie

- Bâtir un plan marketing omnicanal complet, de l'executive summary aux KPIs.
- Piloter le déploiement du plan marketing : superviser et contrôler la mise en place

- des actions et opérations marketing : communication, promotion, publicité.
- Assurer la synergie et la coordination marketing/vente pour maximiser l'impact des actions marketing sur le chiffre d'affaires : vendre son plan marketing en interne, communiquer régulièrement et efficacement.
- Réaliser le bilan des actions marketing, calculer le ROI et proposer des axes d'évolution et d'amélioration.

### MODULE 4 | 3 jours

#### Exploiter les leviers du marketing digital

##### Activer une stratégie digitale

- Bâtir ou participer à la conception d'une stratégie marketing digital en synergie avec la stratégie globale et le parcours client.
- Piloter le déploiement de la stratégie marketing digital, en intégrant tous les canaux et écrans utiles (ordinateurs fixes, mobiles, tablettes, objets connectés...).
- Coordonner les actions marketing du site web, ainsi que la stratégie de e-commerce et m-commerce.
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie : choisir les réseaux et la stratégie adaptés aux objectifs et piloter l'activité.

#### MODULES DISTANCIELS

- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?
- Comment utiliser efficacement les réseaux sociaux pour sa marque ?

### MODULE 5 | 5 jours

#### Piloter efficacement ses projets et manager son équipe

##### Mobiliser et organiser une équipe autour des projets afin de les mener à terme

- Constituer et encadrer une équipe de chefs de produits.
- Gérer les situations quotidiennes de management d'équipe.
- Susciter l'adhésion, la cohésion et l'engagement de ses équipes.
- Évaluer les performances collectives et individuelles, faciliter la montée en compétences de ses équipes.
- Animer et mobiliser une équipe projet transversale afin d'assurer la réussite du projet.

##### Communiquer efficacement

- Préparer des supports de communication impactants, complets et synthétiques.
- Prendre la parole en public en structurant ses arguments : vendre ses idées et projets en quelques minutes.
- Convaincre et susciter l'adhésion en interne et en externe, en s'adaptant à ses interlocuteurs (COMEX, équipe commerciale...).

#### MODULES DISTANCIELS

- Comment constituer et animer son équipe projet ?
- Quels outils pour manager efficacement son équipe projet ?
- Comment faire adhérer à sa vision et à ses idées, avec intégrité ?

**INITIATION**

Code : INI

- 18 jours - 126 heures
- Prix HT : 9430 € (repas inclus)

**PARCOURS CERTIFIANT**

Code : CERTIFMK

- 20 jours - 147 heures
- Prix HT : 11590 € (repas inclus)



\*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP)

Responsable marketing attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ - OPQF.

**PLANNING****Paris**

- 28 au 30 janvier 2019
- + 25 février au 1<sup>er</sup> mars 2019
- + 25 au 28 mars 2019
- + 29 mars 2019 (option certifiante)
- + 23 au 25 avril 2019
- + 20 au 23 mai 2019
- + 24 mai 2019 (option certifiante)

- 17 au 19 avril 2019
- + 13 au 17 mai 2019
- + 17 au 20 juin 2019
- + 21 juin 2019 (option certifiante)
- + 17 au 19 juillet 2019
- + 9 au 12 septembre 2019
- + 13 septembre 2019 (option certifiante)

- 12 au 14 juin 2019\*
- + 8 au 12 juillet 2019
- + 16 au 19 septembre 2019
- + 20 septembre 2019 (option certifiante)
- + 14 au 16 octobre 2019
- + 18 au 21 novembre 2019
- + 22 novembre 2019 (option certifiante)

- 23 au 25 septembre 2019
- + 21 au 25 octobre 2019
- + 25 au 28 novembre 2019
- + 29 novembre 2019 (option certifiante)
- + 18 au 20 décembre 2019
- + 20 au 23 janvier 2020
- + 24 janvier 2020 (option certifiante)

- 13 au 15 novembre 2019\*
- + 9 au 13 décembre 2019
- + 13 au 16 janvier 2020
- + 17 janvier 2020 (option certifiante)
- + 10 au 12 février 2020
- + 9 au 12 mars 2020
- + 13 mars 2020 (option certifiante)

- 29 au 31 janvier 2020
- + 24 au 28 février 2020
- + 23 au 26 mars 2020
- + 27 mars 2020 (option certifiante)
- + 22 au 24 avril 2020
- + 25 au 28 mai 2020
- + 29 mai 2020 (option certifiante)

\* : sessions également à Lyon, Bordeaux, Lille et Nantes.

Journées de préparation à la certification ( 2 jours )

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !

01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

**OBJECTIFS**

- Décliner la stratégie de l'entreprise en stratégie marketing opérationnel.
- Construire un mix marketing cohérent : positionnement, prix, canaux de distribution, communication.
- Élaborer et mettre en œuvre le plan marketing.
- Exploiter tous les canaux de communication utiles, y compris les canaux digitaux.
- Piloter l'activité marketing et manager son équipe.

**PUBLIC CONCERNÉ**

Nouveaux responsables marketing ou toute personne souhaitant acquérir des compétences pour être plus efficace dans sa fonction de responsable marketing.

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

**Distanciel**

Quiz amont

**Présentiel**

Journée en présentiel

**Distanciel**

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants  
e-évaluation  
Classes virtuelles  
Modules vidéo