



Parcours certifiant responsable marketing

Piloter efficacement son activité marketing

Code CFP : 205785

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^{er} 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