



Parcours certifiant responsable marketing

Ref C19CERTIFMK

Parcours certifiant responsable marketing

Formations longues

Initiation	20 jours (140 heures)	Paris
		Lyon
		Nantes
		Bordeaux
		Lille

Piloter efficacement son activité marketing

À l'heure de la consommation multicanale, le client est plus que jamais au cœur de la stratégie marketing. Ce parcours vous permet de vous approprier toutes les étapes de la démarche marketing, du marketing stratégique au marketing opérationnel, et d'acquérir toutes les compétences et méthodologies de travail du responsable marketing.

 [Téléchargez le programme de cette formation](#)

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.

Pour qui ?

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

Code dokélio : AF_0000025748
Code CPF : 235589

Prérequis

Aucun.

Compétences acquises:

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.

Programme

Modules distanciels :

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

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 :

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

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.

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.

Modules distanciels :

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

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 :

- 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 ?

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...).

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.

11590€ HT

Prochaines sessions

Paris

--

23 sept. 2019 au 24 janv. 2020

23-09-2019

25-09-2019

21-10-2019

25-10-2019

25-11-2019

28-11-2019

18-12-2019

20-12-2019

20-01-2020

23-01-2020

24-01-2020

24-01-2020

13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13-11-2019

15-11-2019

09-12-2019

13-12-2019

13-01-2020

16-01-2020

10-02-2020

12-02-2020

09-03-2020

12-03-2020

13-03-2020

13-03-2020

29 janv. au 29 mai 2020

29-01-2020

31-01-2020

24-02-2020

28-02-2020

23-03-2020

26-03-2020

22-04-2020

24-04-2020

25-05-2020

28-05-2020

29-05-2020

29-05-2020

Lyon
Prochaines sessions

● 13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13-11-2019

15-11-2019

09-12-2019

13-12-2019

13-01-2020

16-01-2020

10-02-2020

12-02-2020

09-03-2020

12-03-2020

13-03-2020

13-03-2020

Nantes
Prochaines sessions

● 13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13-11-2019

15-11-2019

09-12-2019

13-12-2019

13-01-2020

16-01-2020

10-02-2020

12-02-2020

09-03-2020

12-03-2020

13-03-2020

13-03-2020

Bordeaux

Prochaines sessions

● 13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13-11-2019

15-11-2019

09-12-2019

13-12-2019

13-01-2020

16-01-2020

10-02-2020

12-02-2020

09-03-2020

12-03-2020

13-03-2020

13-03-2020

Lille

Prochaines sessions

● 13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13 nov. 2019 au 13 mars 2020

13-11-2019

15-11-2019

09-12-2019

13-12-2019

13-01-2020

16-01-2020

10-02-2020

12-02-2020

09-03-2020

12-03-2020

13-03-2020

13-03-2020

S'inscrire

[Nous contacter](#)