

Titre professionnel (RNCP 6 - Bac+3) Responsable Marketing Opérationnel

FORMAFLOW prépare au titre certifié de niveau 6 / Enregistré par France Compétences sous le Code RNCP 36727 (Date JO/BO : 20/07/2022) et délivré par l'IFOCOP.

Il a pour objectifs de définir et décliner la stratégie marketing, d'en assurer le suivi opérationnel et d'en mesurer sa performance tant l'établissement des KPI est en lien avec la définition des orientations stratégiques. Il participe au développement de la démarche commerciale omnicanale.

Objectifs pédagogiques

Il ou elle sera capable de :



Durée du parcours de formation : 588 heures

- Développer une stratégie Webmarketing
- Élaborer et piloter un plan marketing opérationnel
- Coordonner une équipe projet et marketing
- Analyser et optimiser une communication



**Rythme de l'alternance :
2 jours en centre de formation
et 3 jours en entreprise.**



**Un cursus de formation ouvert
aux apprentis et en alternance
aux stagiaires de la formation
professionnelle continue.**

Prérequis : Diplôme de niveau RNCP 5 / certification professionnelle de niveau équivalent. Pour les candidats de niveau infra 5, la formation est accessible après étude d'un dossier VAP élaboré par le candidat (Validation des Acquis Professionnels)

Public : Intérêt pour la mercatique et le commercial

Coût de la formation : 8 820 € TTC (Dans le cadre de l'alternance, financement pris en charge par l'OPCO ou entreprise.)

Ce parcours de formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Modalités d'évaluation

- Tests de positionnement, examen du dossier d'inscription et entretien(s) de recrutement
- Évaluation continue tout au long de la formation (Épreuves intermédiaires et ponctuelles)
- Validation de la formation par le passage des épreuves de certification des blocs de compétences
- Feuilles d'émargement pour le suivi
- Enquêtes de satisfaction en fin de cursus de formation
- Enquêtes d'employabilité au bout de 6 mois de sortie de l'apprenti ou du stagiaire de la formation professionnelle continue

Moyens pédagogiques

- Méthodes pédagogiques : Expositive, démonstrative, interrogative, active et expérientielle
- Approche multimodale : Séquences d'apprentissage en présentiel et à distance, en mode transmissif et collaboratif, dirigés et auto-dirigés, formels et informels...
- Accompagnement individuel

Moyens techniques et humains

- Plateforme pédagogique et outil de classe virtuelle
- Outils numériques, PC, vidéoprojecteur, Wifi...
- Équipe pédagogique expérimentée dans leurs domaines



Programme

Développer la stratégie marketing (RNCP36727BC01)

- Co-définition de la politique de commercialisation webmarketing : Mener une veille marketing via des études du comportement du consommateur et des études de marché.
- Élaboration d'un plan de stratégie webmarketing : Concevoir la stratégie webmarketing à partir du projet d'entreprise et de la veille menée dans le but de segmenter, cibler et positionner le produit/service sur le marché. Élaborer le plan de mise en œuvre en tenant compte de la stratégie webmarketing en déclinant les leviers webmarketing correspondant.
- Élaboration d'un planning stratégique : Planifier la stratégie en élaborant un calendrier éditorial tenant compte des objectifs fixés.
- Ciblage d'alliances stratégiques pour du codéveloppement, du co-marquage et de la co-communication : Prospector les secteurs, activités et entreprises partenaires pour partager des actions commerciales ou de communication.
- Mesure de la performance : Évaluer la performance de la politique de commercialisation à l'aide des indicateurs clés afin de réajuster la stratégie webmarketing. Établir un budget prévisionnel, vérifier la viabilité financière et la rentabilité de l'activité pour anticiper les écarts.

Élaborer et piloter le plan marketing opérationnel (RNCP36727BC02)

- Conception d'un plan marketing opérationnel : Élaborer un plan de marketing opérationnel (PMO) pour conduire efficacement la traduction opérationnelle de la stratégie. Assurer le suivi opérationnel du PMO en tenant compte de la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) de l'entreprise pour inscrire les actions dans une approche favorisant le développement durable.
- Définition de l'offre et de la politique tarifaire : Coordonner les actions de lancement, suivi et suppression de produits/gammes, par des techniques de conduite de projet, en vue d'optimiser l'expérience client. Définir le prix d'un produit en choisissant une stratégie de prix afin d'optimiser sa mise sur le marché;
- Promotion et distribution de l'offre dans une approche multicanale : définir les canaux de communication par des techniques de marketing en vue de fluidifier le parcours client cross canal. Acquérir et fidéliser des clients sur internet en utilisant le tunnel de conversation marketing digital (ou « funnel ») afin de maximiser le taux de conversion. Délimiter la stratégie de distribution en définissant un circuit.

Coordonner une équipe projet / équipe marketing (RNCP36727BC03)

- Organisation et suivi des activités : Conduire un projet en coordonnant les missions de chacun dans le cadre d'un management hiérarchique ou transverse en vue d'atteindre les objectifs fixés par le plan de mise en œuvre (web)marketing, tout en intégrant la dimensions RSE.
- Management d'équipes : Communiquer efficacement avec les équipes, en présentiel ou distanciel, via des techniques adaptées au type de management (hiérarchique ou transverse). Actionner des leviers de motivation en adéquation avec les collaborateurs ainsi que les pratiques managériales de la structure.
- Évaluation des performances individuelles et collectives : évaluer la performance individuelle et collective par le biais d'outils de conduite de projet et de management en vue de réajuster la répartition des tâches / identifier les sources de dysfonctionnement / valoriser les réussites.

Analyser et optimiser une communication

- Qu'est-ce que la Sémiologie ?
- Le signe et les systèmes de signes
- La Sémiologie appliquée au marketing : une technique d'analyse associée à un travail de veille sémiologique

Modalités d'évaluation des blocs de compétences :

- Contrôle continu (Mises en situations professionnelles, études de cas, projets...)
- Évaluation de la période d'application pratique en entreprise par le tuteur
- Élaboration d'un dossier de valorisation des compétences relatif à la période d'application pratique en entreprise
- Soutenance orale devant un jury de professionnels