

Alternance Compétences

TITRE RESPONSABLE MARKETING OPERATIONNEL

« Certification Professionnelle « Responsable Marketing Opérationnel » de niveau 6 (Eu) enregistrée au RNCP par arrêté du 27 Décembre 2018, publié au Journal Officiel le 04 Janvier 2019 - Code NSF 312p – sous l'autorité et délivré par C3 INSTITUTE – Certification accessible via le dispositif VAE

DUREE :
480 heures
12 mois

ALTERNANCE :
1 jour école (vendredi, à titre indicatif)
4 jours en entreprise

ADMISSION :
BTS ou niveau

Le Responsable Marketing Opérationnel est chargé d'élaborer et de proposer à sa direction les grandes lignes de la stratégie commerciale de l'entreprise. Pour cela, il recueille les informations sur les attentes des clients et sur la concurrence.

Toujours à l'écoute de l'évolution du marché et des informations collectées sur le terrain, le responsable marketing réalise des analyses marketing pointues.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Participer à la définition des objectifs commerciaux mais aussi stratégiques. Également, appliquer le plan marketing élaboré en collaboration avec la direction générale.

Acquérir sur un poste d'encadrement la maîtrise :

- des techniques de management
- des outils marketing stratégiques et opérationnels

EMPLOIS CONCERNES

- Assistant Chef de Projet
- Assistant Commercial et/ou Marketing
- Assistant Marketing et/ou Communication
- Chargé de communication.

EVALUATION

- Contrôle continu
- Etude de marché
- Business Game (jeu d'entreprise)
- Projet de Fin d'études

CONTENU DE LA FORMATION 476 HEURES

ANALYSE DES MARCHES – 76 heures

Veille concurrentielle
Diagnostic et stratégies marketing
Études et recherches marketing
Comportement du consommateur et du e-shopper

DÉVELOPPEMENT DES VENTES – 100 heures

Négociation et gestion de portefeuille – CRM
Marketing relationnel – viral
Marketing direct
Droit du marketing

MIX MARKETING – 100 heures

Produits et marques
Politique de distribution Merchandising
Communication et plans média
Politique de prix
Développement international

OUTILS DE PILOTAGE – 60 heures

Organisation et planification
Management de projet
Management d'équipe
Prévisions des ventes

VALORISATION D'IMPACT – 60 heures

Définition et acteurs du ROI/Fondamentaux de l'évaluation
Mesure de la performance / efficacité / efficience / tableaux de bord
Analyse des coûts
Communication écrite et orale

STRATÉGIE e-COMMERCE – 60 heures

Environnement du Digital
Outils de développement du e-commerce
Stratégie multi canal/ crosscanal
Gestion de projets e-commerce

ENSEIGNEMENTS TRANSVERSES – 24 heures

Anglais – informatique – Techniques de recherche d'emploi - Communication