

BAC +2 : CHARGE DE MARKETING DIGITAL

Titre délivré en partenariat avec l'institut CARREL - Niveau III - Code CPF : 205136 - Code RNCP : 21701

Prérequis/public visé :

- Titre niveau IV validé en lien avec la fonction commerciale et/ou marketing et/ou négociation
- Titre niveau III non validé en lien avec la fonction commerciale et/ou marketing et/ou négociation
- Titre niveau III non validé sans rapport avec la fonction visée mais associé à une expérience professionnelle dans le domaine marketing / négociation ou commercial.
- Un BAC+1 commerce vente marketing

Objectifs généraux de la formation :

La fonction commerciale qu'exerce le chargé de marketing digital est celle d'un agent de conquête d'informations clients qui lie dans son activité quotidienne marketing client et développement commercial. Ce métier émergent nécessite d'exploiter une double compétence, commerciale et technique digitale.

Pour ce faire, le chargé de marketing digital s'approprie la stratégie de l'entreprise pour définir sa stratégie de développement qu'il fait valider par sa direction.

Conscient des opportunités offertes par le e-business pour développer son chiffre d'affaires et optimiser sa relation client, il détermine les moyens adéquats pour valoriser l'offre de son entreprise en se dotant grâce au marketing digital, d'outils d'aide à la vente innovants et de supports numériques interactifs. Il développe également une stratégie de distribution cross-canal.

Il fidélise et développe le portefeuille de clients en apportant un conseil personnalisé. Il est le garant de la qualité de la relation client pour l'entreprise car capable d'intégrer dans son acte de vente, les conditions spécifiques liées à l'organisation de la structure.

Au-delà du simple développement du chiffre d'affaires, il s'efforce, en collaboration avec le service financier de l'entreprise, d'optimiser la politique tarifaire et la marge. Il recherche de nouveaux clients et/ou partenaires et est en mesure de détecter de nouvelles opportunités de croissance en étant force de proposition sur des projets innovants.

Le chargé de marketing digital exerce dans tout type d'entreprise (B to C, B to B, B to A).

Il peut être amené à moyen terme à manager une équipe.

Répartition des contenus :

Titre Professionnel Chargé de marketing digital CPF 205136	Bloc 1: Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de développement et de webmarketing	Diagnostic stratégique et marketing	Vision globale de la gestion d'entreprise
	Optimiser vos compétences dans les technologies du Web	L'essentiel du marketing	
	Mettre en œuvre le marketing digital dans structure	Analyser la santé financière de l'entreprise	
		Suivre et présenter un plan d'action digital	
		L'essentiel du Web et de la digitalisation	
		Maîtriser les outils de la communication Web	
		Où en est le marketing digital dans ma société ?	
		Elaborer sa stratégie de digitalisation	
		Digitaliser son activité commerciale	
		Réaliser une campagne de com sur les réseaux sociaux	
	Bloc 2: Développer son efficacité commerciale et gérer la relation client	Améliorer sa stratégie commerciale	Connaître les règles de la pratique commerciale
	Maîtriser les techniques de vente	Analyser et adapter son offre commerciale	
	Agir à l'international	Réussir son entretien de vente	
		Affiner sa méthode de négociation	
		Réussir son développement international	
		Anglais commercial 42h	
Bloc 3: Mettre en œuvre un projet innovant	Construire et suivre les finances	Le business plan	
Conduire un projet	Piloter sa performance financière		
	Les clés de la gestion de projet		
	Gérer un projet numérique de l'Humain aux outils 42h		
Bloc 4: Manager des collaborateurs	Un recrutement réussi	Préparer son recrutement	
Manager une équipe	Choisir et intégrer le salarié		
	Manager efficacement		
	Animer son équipe commerciale		
	Piloter son équipe commerciale		



Contenu

Nbd'heures

BLOC 1 ELABORER ET METTRE EN ŒUVRE UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT ET DE WEBMARKETING **210 h**

Objectifs :

- Maîtriser la vision de la stratégie et gestion d'entreprise.
- Consolider la méthodologie de diagnostic, l'appliquer à l'entreprise.
- Savoir faire l'analyse de l'utilisation du marketing digital faite dans l'entreprise.
- Elaborer une stratégie et mettre en œuvre un projet de développement et de webmarketing.
- Connaître les bases du droit afférant aux nouvelles technologies.
- Aspect technique du marketing digital : introduction outils, site en responsive et PAO.
- Mise en œuvre d'une communication online (buzz marketing, marketing mobile, conception de contenus). Puis intégrer le e-marketing à la stratégie de l'entreprise en mettant en place un modèle en multicanal et cross-canal.

Contenus et compétences certifiées :

Etudier l'entreprise dans son environnement et son organisation interne. Déterminer des objectifs quantitatifs et qualitatifs. Elaborer le plan d'action (moyens, délais, budget), définir les indicateurs de performance, organiser les modalités de suivi. Analyser l'utilisation faite de l'outil internet et du marketing digital de l'entreprise. Evaluer le degré de maturité numérique de la direction et des cibles/prospects. Déterminer les actions de marketing digital. Soumettre la stratégie de développement à la direction. Mettre en œuvre un modèle de distribution cross-canal, des opérations de marketing viral, une stratégie de référencement, SEO, tracking, marketing mobile. Veiller à la complémentarité des différents moyens mis en œuvre (online/offline/mobile). Mesurer l'efficacité des actions menées, le choix des indicateurs (tableaux de bord) et mettre en place le cas échéant les actions correctives.

Organisation en Sous-Modules de 21h :

<p>Vision globale de la gestion d'entreprise L'essentiel du Marketing Analyser la santé financière de l'entreprise Suivre et présenter un plan d'action digital</p> <p>L'essentiel du Web et de la digitalisation Maîtriser les outils de la communication Web</p>	<p>Où en est le marketing digital dans ma société ? Elaborer sa stratégie de digitalisation Digitaliser son activité commerciale Réaliser une campagne de com sur les réseaux sociaux</p>
--	---

BLOC 2 DEVELOPPER SON EFFICACITE COMMERCIALE ET GERER LA RELATION CLIENT

147 heures

Objectifs :

- Connaitre le droit commercial
- Procéder à l'analyse stratégique du marché et de l'entreprise grâce aux outils professionnels. Analyser la compétitivité.
- Mettre en œuvre une stratégie commerciale.
- Maitriser la négociation simple et complexe, et la négociation grand compte.
- Maitriser l'approche du développement à l'international.
- Maitriser l'anglais commercial

Contenus et compétences certifiées :

Segmenter les marchés potentiels, identifier les prospects et les circuits de décisions au sein de l'entreprise ciblée, mettre en œuvre une prospection et apporter une réponse adaptée. Maitriser le cadre réglementaire des appels d'offres puis mettre en place une veille sur les appels d'offre. Identifier les besoins du client et apporter une réponse personnalisée. Accompagner le client sur les modalités de fonctionnement de l'entreprise et veiller à sa satisfaction. Négocier et simuler les possibilités de négociation. Traiter la demande d'un client étranger en respectant les spécificités légales, techniques, culturelles du client. Négocier ou participer à la négociation en anglais avec le client.



Form Up est une enseigne de la S.A.R.L. INFOLOG au capital de 10 000 Euros - N° SIRET : 43310653100026 - APE : 8299Z

Immeuble HEXAGONE - ZI Cocotte-Champigny 97224 DUCOS - Tél. : 0596 56 46 30 / Fax : 0596 42 35 43
Agence Guadeloupe: C/o BuroClub, Imm.Simkel - 1er étage- Bd de Houelbourg- ZI de Jarry - 97122 Baie Mahault

Centre de Formation enregistré sous le numéro 97970175197 auprès du Préfet de Région

Organisation en Sous-Modules de 21h :

Connaitre les règles de la pratique commerciale (et des appels d'offres)
Analyser et adapter son offre commerciale
Réussir son entretien de vente
Affiner sa méthode de négociation

Réussir son développement international
L'anglais commercial (42 heures)

BLOC 3 METTRE EN ŒUVRE DES PROJETS INNOVANTS

105 heures

Objectifs :

- Maitriser les outils fondamentaux de pilotage budgétaire.
- Comprendre la politique tarifaire et les marges. Respecter le budget engagé pour l'action et s'assurer de sa rentabilité de l'action.
- Savoir assurer le reporting auprès de la direction en termes de : chiffres d'affaires, marge et rentabilité.
- Suivre un projet digital du business plan jusqu'aux indicateurs de suivis de la performance et à l'analyse des résultats.
- Mesurer l'efficacité des actions menées, le choix des indicateurs (tableaux de bord) et mettre en place le cas échéant les actions correctives.
- Solliciter les ressources en interne ou en externe selon la nécessité.

Contenus et compétences certifiées :

Etablir un business plan en veillant à la rentabilité du projet.
Définir une équipe projet avec les ressources humaines et techniques.
Mettre en place une conduite de projet puis identifier les points de revue et actions correctives

Organisation en Sous-Modules de 21h :

Le business plan
Piloter sa performance financière
Les clés de la gestion de projet
Gérer un projet numérique de l'Humain aux outils (42 heures)

BLOC 4 MAITRISER MANAGER DES COLLABORATEURS

105 heures

Objectifs :

- Maitriser la mise en œuvre d'un recrutement et de l'intégration du salarié
- Connaitre les stratégies d'organisation du travail, le droit du travail et la communication managériale.
- Savoir tenir une posture professionnelle adéquate.

Contenus et compétences certifiées :

Identifier les besoins en recrutement et participer à l'action de recrutement.
Planifier l'activité du service. Organiser et animer des réunions commerciales
Contrôler la performance individuelle et collective des collaborateurs. Apporter des solutions correctives en termes d'accompagnement ou de formation. Mettre en œuvre les entretiens individuels pour développer la performance des collaborateurs et favoriser leur montée en compétences.
Synthétiser les résultats du travail de l'équipe et les communiquer à la direction.

Organisation en Sous-Modules de 21h :

Préparer son recrutement
Choisir et intégrer le salarié
Manager efficacement
Animer son équipe commerciale
Piloter son équipe commerciale

TOTAL ENSEIGNEMENTS GENERAUX

567 h



web

Modalités de suivi et d'évaluation

33 h

> Suivi de l'apprenant :

- L'apprenant signera une feuille d'émargement après chaque demi-journée de formation. Il bénéficiera d'un temps de positionnement qui lui présentera le déroulé, le fonctionnement de la formation ainsi que les différents intervenants.
- L'apprenant fera l'objet d'un suivi concernant son alternance.
- L'apprenant sera suivi et encadré par l'équipe pédagogique qui dispose des compétences en rapport avec la formation préparée :
Responsable d'ingénierie de formation : Claire LABRUYERE
Responsable de formation : Alfred MOUSSARD
- Moyens techniques et pédagogiques : durant sa formation, l'apprenant bénéficiera de salles de cours conventionnelles, d'un centre de ressources pédagogiques en ligne.

> Evaluation de l'apprenant :

- L'apprenant sera évalué selon les épreuves du référentiel de formation suivi (référentiel de formation déposé au RNCP) en partenariat avec l'institut CARREL.
- Ces évaluations sont organisées pendant deux périodes dans l'année : juillet-août et janvier, afin de permettre à tous de se positionner en temps voulu sur les blocs le concernant.

#CARREMENT

CARREL

Total

600 Heures



web

Form Up est une enseigne de la S.A.R.L. INFOLOG au capital de 10 000 Euros - N° SIRET : 43310653100026 - APE : 8299Z

Immeuble HEXAGONE - ZI Cocotte-Champigny 97224 DUCOS - Tél. : 0596 56 46 30 / Fax : 0596 42 35 43
Agence Guadeloupe: C/o BuroClub, Imm.Simkel - 1er étage- Bd de Houelbourg- ZI de Jarry - 97122 Baie Mahault

Centre de Formation enregistré sous le numéro 97970175197 auprès du Préfet de Région