



Cycle Commerce & Marketing Digital

Bachelor Responsable du
Développement Commercial

Bachelor Commerce
& Marketing Digital

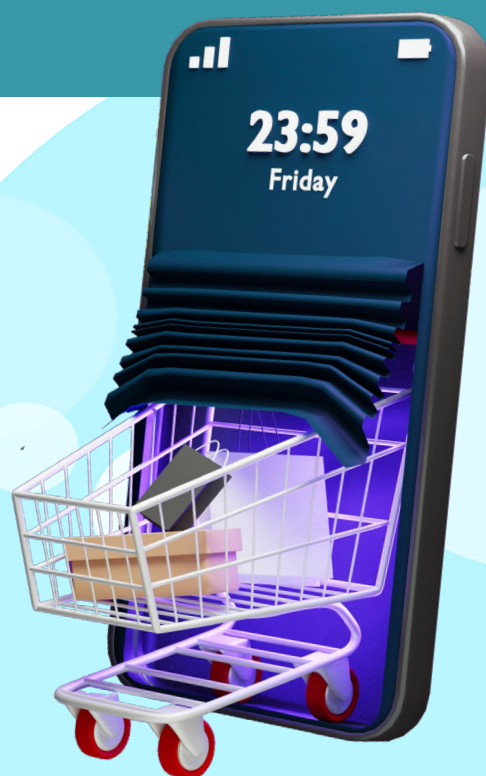


MBA Management Commercial
& Stratégie e-Business

La numérisation et le développement continu des nouvelles technologies bouleversent en profondeur les métiers du marketing et de la communication. Le digital est désormais un accélérateur de vente et de développement commercial. La direction commerciale ne peut plus faire l'impasse sur les nouveaux outils de digitalisation.

Une partie importante de la relation client s'opère désormais à distance. Les plans commerciaux et marketing mobilisent, en parallèle des techniques traditionnelles (terrain, face à face, etc.), de nouveaux modes communicationnels.

C'est pour cela qu'au CFA ITIS, nous vous proposons un cycle d'étude (de Bac +3 à Bac+5) qui allie aussi bien l'apprentissage des techniques et stratégies commerciales que l'approche des outils de la communication digitale.



Le Responsable de Développement Commercial est en charge du pilotage et de la réalisation de la politique commerciale. Il négocie les nouveaux contrats et participe à des salons et conférences à travers lesquels il représente l'entreprise.

Il initie et suit les comptes stratégiques et se charge de recruter les nouveaux collaborateurs. Il analyse et assure une veille permanente sur le marché et le comportement des consommateurs en prenant en compte l'environnement en général et l'environnement digital. Afin d'établir une relation de confiance avec le client, il se doit de maîtriser des stratégies et jouer un rôle de conseiller privilégié. Enfin, il doit être le chef d'orchestre et coordonner les équipes de vente et de marketing sur les objectifs et la qualification des prospects.

* Titre de Niveau 6 Enregistré au RNCP sous l'autorité de C3 INSTITUTE

Programme de la formation

Admission

Toutes les admissions sont réalisées sur dossier, suivi d'un entretien de motivation avec le directeur pédagogique, et d'un entretien professionnel avec nos chefs de projet formation. Une réponse motivée sera donnée à chaque postulant.

Évaluation

- Étude de cas finale : un écrit collectif et un oral individuel
- Oral individuel de 30mn
- Condition de validation du bloc : validation des 3 compétences. Une compétence est validée si plus de 50% de ses critères d'évaluation le sont.

Les débouchés

Responsable de la stratégie commerciale
Responsable du développement commercial
Responsable développement/
Business developer
Responsable commercial
Responsable e-commerce
Responsable commercial international

UE 1 Réalisation des études de marché

- UE 1.1 Organiser une méthode de recueil d'information pour caractériser son environnement en analysant le marché, le secteur d'activité, les contraintes et les tendances
- UE 1.2 Qualifier les acteurs pour valoriser l'offre face à la demande en mobilisant les parties prenantes (partenaires directs / indirects, concurrents, clients, distributeurs) avec le marché
- UE 1.3 Exploiter les données clients pour caractériser les processus de décision du consommateur en utilisant les données issues de l'expérience client (interne : réclamations, incidents, études des réseaux sociaux, site, avis/externe : sur le point de vente ou à travers le web
- UE 1.4 Catégoriser la clientèle pour adapter l'offre en modélisant un parcours client spécifique

UE 2 Contribution à la définition de la stratégie marketing et commerciale

- UE 2.1 Définir les nouveaux domaines d'activités stratégiques pour positionner l'offre/produit en fonction des cibles visées
- UE 2.2 Positionner l'offre pour optimiser le déclenchement du processus d'achat des cibles en mettant en avant des stratégies de différenciation
- UE 2.3 Déterminer des objectifs opérationnels pour décliner un plan d'action
- UE 2.4 Concevoir un plan marketing opérationnel pour assurer la cohérence de la communication & des opérations commerciales en développant des actions online & offline
- UE 2.5 Établir le périmètre des actions pour satisfaire aux objectifs commerciaux

UE 3 Pilotage du plan d'action marketing et commercial

- UE 3.1 Réaliser un budget prévisionnel d'action pour adapter ses opérations à ses capacités budgétaires
- UE 3.2 Programmer des actions marketing et commerciales pour affecter les ressources en fonction du résultat recherché
- UE 3.3 Sélectionner les indicateurs/TDB pour satisfaire aux exigences du système de reporting
- UE 3.4 Déterminer le retour sur investissement du plan d'action marketing et commercial pour mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé
- UE 3.5 Présenter les conclusions des actions commerciales et marketing réalisées pour orienter les décisions de la direction
- UE 3.6 Préconiser les actions correctrices pour optimiser les résultats des opérations commerciales et marketing

UE 4 Management et développement d'une équipe commerciale/marketing opérationnelle

- UE 4.1 Utiliser les outils de planification afin de coordonner les activités de chaque membre de l'équipe avec prise en compte des profils des collaborateurs et mesures des plans de charges opérationnels
- UE 4.2 Participer à l'intégration des collaborateurs et assurer la mise en oeuvre des actions de formations afin de garantir l'efficacité opérationnelle
- UE 4.3 Définir et adapter le mode de communication managériale afin de favoriser l'engagement des collaborateurs
- UE 4.4 Animer une équipe en organisant des réunions et en gérant les interactions
- UE 4.5 Élaborer des outils de reporting pour analyser les résultats individuels et collectifs et activer les bons leviers d'action
- UE 4.6 Optimiser la qualité des relations internes afin de favoriser la cohésion et d'impulser une dynamique d'équipe en s'exprimant professionnellement dans le langage approprié