

CFA⁺**FORE**

RESPONSABLE MARKETING OPÉRATIONNEL

www.fore.fr**ifocop****600H
SUR 1 AN****2 jours/Semaine**

PRÉREQUIS

Toute personne (étudiant, salarié, demandeur d'emploi) titulaire d'un Bac +2 en rapport avec le secteur ou ayant eu une expérience professionnelle dans le secteur cible. VAE possible.

FINANCEMENT

Formation éligible au CPF N°208906

FINANCEMENTS OPCO,
TRANSITIONS PRO, Entreprises

CERTIFICATION

Diplôme de Niveau 6 (BAC+3/4), enregistré et inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles.

Code RNCP : 36727

Code Diplôme Apprentissage : 26X31238

CONTACTS

Christine GUENIOT 0690 48 26 50 / 0590 38 71 36

christine.gueniot@fore.fr

Lauranne BAKER 0690 98 74 15 / 0590 38 22 78

lauranne.baker@fore.fr

METHODES PEDAGOGIQUES :

Méthodes Active et Participative : Apports opérationnels par des spécialistes du secteur
Mises en situation – Travaux dirigés – Etudes de cas – Présentiel / Distanciel

MOYENS PEDAGOGIQUES :

Salle informatique connectée Internet (fibre optique) – Documentations sur plateforme informatique – Vidéo projecteur – Matériel salle de formation

SUIVI ET EVALUATIONS : Contrôles continus. Des études de cas pratiques sont réalisées. Le contenu est élaboré à partir du référentiel du diplôme consultable sur le RNCP. Une progression pédagogique est remise par chaque formateur par année. Un classeur pédagogique permet de suivre le déroulement de la formation en conformité avec le référentiel. TEAMS permet de télécharger les cours et de recevoir toutes les informations inhérentes à la formation.

LE OU LA TITULAIRE DU RESPONSABLE MARKETING OPÉRATIONNEL SERA CAPABLE DE :

- Mener une veille informationnelle
- Former dynamiser et diriger son équipe
- Définir des stratégies commerciales et marketing pour une PME/PMI sur ses marchés
- Mettre en oeuvre ces stratégies dans un objectif de rentabilité économique et de développement des activités
- Concevoir des plans d'actions mesurer et budgéter les impacts financiers des projets
- Elaborer un plan de communication WEB



RESPONSABLE MARKETING OPÉRATIONNEL

PROGRAMME

1 DÉVELOPPER LA STRATÉGIE WEBMARKETING

- Co-définition de la politique de commercialisation webmarketing
- Élaboration d'un plan webmarketing
- Élaboration d'un planning stratégique
- Ciblage d'alliance stratégiques stratégiques
- Mesure de la performance

2 ÉLABORER ET PILOTER LE PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL

- Conception d'un plan marketing opérationnel
- Définition de l'offre et de la politique tarifaire
- Promotion et distribution de l'offre dans une approche multi-canal

3 COORDONNER UNE ÉQUIPE MARKETING/ÉQUIPE PROJET

- Organisation et suivi des activités
- Management d'équipes
- Évaluation des performances individuelles et collectives



PERSPECTIVES D'EMPLOI

- Manager Marketing
- Directeur Commercial
- Dirigeant d'Entreprise
- Responsable e-Commerce
- Directeur des Ventes

Le responsable marketing et management commercial a en charge la définition des stratégies marketing et commerciales d'une PME/PMI sur ses marchés on line et on line et la mise en oeuvre de ces dernières dans un objectif de rentabilité économique et de développement des activités.