

« Responsable du développement et du pilotage commercial (RDPC)-Marketing – Communication »

PROGRAMME DE FORMATION

ÉTUDE ET ANALYSE DE MARCHÉ

Objectifs pédagogiques

- Rechercher des données pertinentes sur un marché en sélectionnant les bonnes sources
- Analyser des données issues d'une veille et utiliser les outils de diagnostic adapté
- Restituer à sa Direction des informations relatives à l'étude et réaliser des préconisations

PHILOSOPHIE DE L'ÉCONOMIE ET DES AFFAIRES

Objectifs pédagogiques

- Approfondir sa culture économique et sociologique
- Comprendre les différentes notions d'économie, de travail, d'individu, de propriété et d'entreprise
- Connaître et mesurer les interactions entre ces différentes notions

MARKETING STRATEGIQUE

Objectifs pédagogiques

- Connaître les rôles et missions du marketing stratégique, les limites de l'orientation produit et l'intérêt de la démarche stratégique client
- Maîtriser l'audit externe et la segmentation marché afin de proposer des orientations stratégiques
- Comprendre la démarche de positionnement et décliner une stratégie commerciale

DROIT DES RELATIONS COMMERCIALES

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les fondamentaux du droit encadrant la relation commerciale et l'usage des données
- Veiller à la conformité des éléments constitutifs de la vente et assurer une veille
- Lever des freins juridiques à la définition d'une stratégie commerciale

CAHIER DES CHARGES D'UN PAC-M

Objectifs pédagogiques

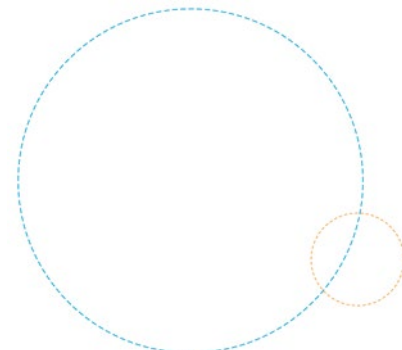
- Comprendre la démarche globale d'un plan d'action commercial / marketing (PAC-M)
- Construire un cahier des charges et savoir se questionner à chaque étape
- Maîtriser la démarche d'une gestion de projet appliquée à un PAC-M

COMMUNITY MANAGEMENT

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le rôle et la fonction du Community Manager
- Déceler les axes d'amélioration pour l'entreprise et développer sa e-réputation
- Proposer une ligne éditoriale cohérente avec la /les cible(s) visée(s) pour accroître la notoriété





ANALYSE DE DONNEES CLIENTS - COMMERCIALES

Objectifs pédagogiques

- Savoir donner du sens à la quantité de données disponibles
- Maîtriser le profilage client
- Explorer les données internes et externes du Big Data

OUTILS DE GESTION COMMERCIALE : CRM, BDD COMMERCIALES, EXCEL, SI

Objectifs pédagogiques

- Cartographier le système d'information commerciale de l'entreprise et proposer des améliorations si nécessaire
- Connaître les différents logiciels d'aide à la gestion commerciale et savoir choisir le logiciel adapté en fonction des besoins de la structure
- Créer et gérer des tableaux de bord, de reporting, de contrôle, avec un tableau

DEVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE CLIENT

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser l'approche client et le recensement du besoin
- Maîtriser les techniques comportementales adaptées à la conclusion d'une vente
- Mettre en œuvre un plan stratégique de vente et de consolidation de la relation commerciale

MARKETING OPERATIONNEL

Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie marketing opérationnel et la traduire en plan d'actions
- Maîtriser les supports multicanaux et intégrer le web et les médias sociaux dans une démarche
- Renforcer la réflexion en tenant compte de l'action et mesurer les retombées

MARKETING DIGITAL – SOCIAL MEDIA

Objectifs pédagogiques

- Analyser une stratégie marketing digitale existante ou naissante
- Auditer les contenus existants et identifier les lacunes
- Proposer des axes d'amélioration ou de nouveauté pour accroître l'activité de l'entreprise

PILOTAGE DE LA PERFORMANCE ET DES ACTIONS COMMERCIALES

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les connaissances de la stratégie commerciale et de la mise en place des objectifs commerciaux
- S'approprier et comprendre les indicateurs de performance de la fonction vente
- Déterminer les objectifs de stratégie de vente de son secteur et planifier les activités

CONTROLE DE GESTION DES ACTIVITES COMMERCIALES ET MARKETING

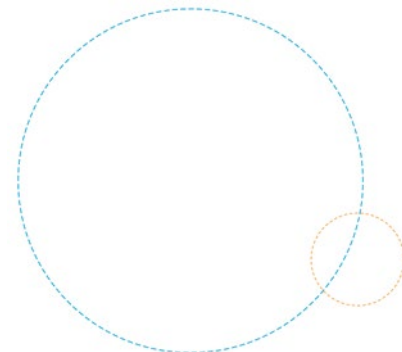
Objectifs pédagogiques

- Participer à la définition des objectifs commerciaux et marketing
- Analyser les chiffres afin de renforcer l'efficacité commerciale
- Maîtriser les indicateurs commerciaux afin de piloter la performance
- Affecter les moyens matériels et humains nécessaires aux actions marketing

BUDGETISATION DU PAC-M

Objectifs pédagogiques

- Savoir analyser et élaborer un budget
- Maîtriser les outils de gestion pour optimiser le pilotage des actions
- Réaliser des bilans partiels ou finaux afin de déterminer la rentabilité des actions



MANAGEMENT D'UNE EQUIPE COMMERCIALE

Objectifs pédagogiques

- Animer une équipe commerciale en choisissant les bons outils
- Evaluer et dynamiser une équipe commerciale en restituant efficacement les résultats
- Développer son efficacité managériale et son leadership

DEVELOPPEMENT RH

Objectifs pédagogiques

- Suivre un process de recrutement en fonction des besoins de l'entreprise, de l'équipe
- Animer différentes formes d'entretien qu'il soit de recrutement ou d'évaluation
- Contribuer à la professionnalisation de chacun en proposant des actions de formation

DROIT SOCIAL ET DU TRAVAIL

Objectifs pédagogiques

- Distinguer les éléments du droit social et du travail
- Maîtriser les fondamentaux du droit du travail pour encadrer et planifier les équipes
- S'assurer des bonnes pratiques de l'entreprise en termes d'égalité traitement

MANAGEMENT DE LA QUALITE

Objectifs pédagogiques

- Diagnostiquer les processus internes et analyser la qualité
- Définir des axes de travail au dirigeant pour manager la qualité au sein de l'entreprise
- Former et fédérer les managers de proximité autour de cette démarche

