

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

## Programme simplifié de la formation

BLOC 1 : Analyser son marché et participer à la stratégie commerciale

### Etude et analyse de marché

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Rechercher des données pertinentes sur un marché en sélectionnant les bonnes sources d'information
- ✓ 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

### Marketing stratégique

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Comprendre les missions du marketing stratégique et la démarche de positionnement
- ✓ Analyser la stratégie globale marketing d'une entreprise et porter un regard critique
- ✓ Proposer des nouvelles stratégies commerciales en fonction de l'évolution de l'environnement

### Stratégie digitale et e-réputation

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Analyser une stratégie marketing digitale face à la concurrence et identifier les forces et les faiblesses
- ✓ Proposer des axes d'amélioration / de nouveauté pour accroître la visibilité de l'entreprise
- ✓ Assurer une veille de l'e-réputation de l'entreprise et préconiser des actions de perfectionnement

### 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 en physique ou en ligne
- ✓ Lever des freins juridiques à la définition d'une stratégie en termes d'identité de marque
- ✓ Intégrer la réglementation encadrant le traitement des données dans sa réflexion globale



## BLOC 2 : Développer un portefeuille client

### Marketing opérationnel et communication

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Définir une stratégie marketing opérationnel et la traduire en plan d'actions
- ✓ Elaborer une stratégie de communication média / hors média
- ✓ Intégrer le web dans une démarche marketing et développer les supports multicanaux
- ✓ Evaluer les limites de l'orientation produit et l'intérêt de la démarche stratégique client

### Analyse de données commerciales

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Trouver des axes de collectes de données complémentaires et de génération de lead
- ✓ Maîtriser le profilage client pour orienter ses choix opérationnels et stratégiques
- ✓ Interpréter la quantité de données disponibles pour faciliter la prise de décision commerciale

### Négociation commerciale (concours « les négociales »)

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Objectifs pédagogiques
- ✓ Evoluer dans des situations de négociation proches de la réalité
- ✓ Déployer des techniques de négociation en fonction de son environnement
- ✓ Conclure une vente avec des paramètres de négociations variables

### Stratégie de conquête et fidélisation

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Maîtriser l'approche client dans son ensemble et les techniques adaptées à la conclusion d'une vente
- ✓ Mettre en œuvre un plan stratégique de vente et de consolidation de la relation commerciale
- ✓ Evaluer les outils de fidélisation, d'évaluation de la satisfaction en place et proposer des améliorations

## BLOC 3 : Piloter la performance commerciale

### 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

### Cahier des charges d'un Plan d'Action Commercial-Marketing (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

### Budgétisation du PAC-M

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Savoir élaborer et analyser 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

### Outils de gestion commerciale : CRM, BDD commerciales, Excel, SI

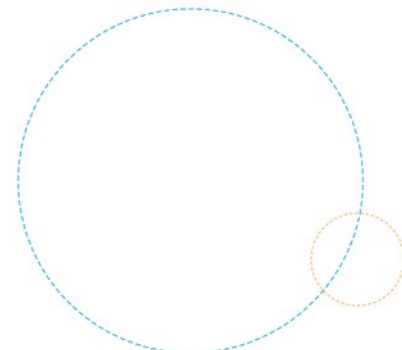
#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Cartographier le système d'information commerciale de l'entreprise et proposer des améliorations
- ✓ 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 tableur

### Pilotage de la performance et contrôle des activités

#### *Objectifs pédagogiques*

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



## BLOC 4 : Assurer le management de l'équipe commerciale

### Management d'une équipe commerciale

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Appréhender les différents profils de collaborateurs pour développer le bon positionnement managérial
- ✓ Animer une équipe commerciale en choisissant les bons outils
- ✓ Accompagner / évaluer / dynamiser une équipe commerciale autour des objectifs individuels et collectifs
- ✓ Désamorcer et gérer une situation de conflit
- ✓ La stratégie de gestion de conflit : les étapes, les outils et le comportement efficace pour en sortir

### Développement RH

#### *Objectifs pédagogiques*

- ✓ Construire un process de recrutement en fonction des besoins de l'entreprise, de l'équipe
- ✓ Animer différentes formes d'entretiens qu'ils soient de recrutement ou d'évaluation
- ✓ Contribuer à la professionnalisation de chacun en proposant des actions de formation

### Communication managériale

#### *Objectifs pédagogiques*

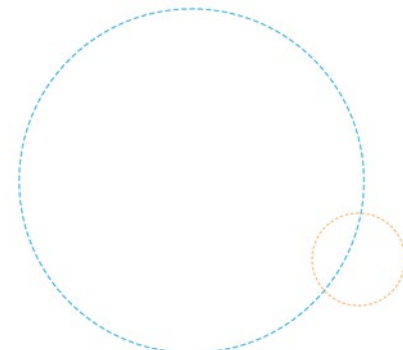
- ✓ Maîtriser les codes de la communication et sélectionner ses outils en fonction du message et des objectifs
- ✓ Produire des écrits professionnels ascendant ou descendant afin de favoriser la communication
- ✓ Préparer, coordonner, animer une réunion auprès d'une équipe, d'un service, d'une fonction support
- ✓ Représenter son équipe auprès de la Direction et assurer une communication descendante efficace et fédératrice auprès des collaborateurs

### Management de la qualité

#### *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





## Compétences transverses

### Parcours de spécialisation

Dans le cadre du parcours de spécialisation choisi, le candidat approfondira des notions spécifiques du métier en corrélation avec la certification préparée.

### Parcours Marketing – Communication

Module de spécialisation- BLOC 1 : « Concept et management d'un point de vente »

Module de spécialisation- BLOC 2 : « Approche spécifique des grands comptes et des appels d'offres »

Module de spécialisation- BLOC 3 : « Concevoir et déployer une stratégie digitale »

Module de spécialisation- BLOC 4 : « Internationalisation et interculturalité »

### Anglais

#### Objectifs pédagogiques

- ✓ Conforter le vocabulaire technique acquis dans les formations antérieures
- ✓ Acquérir de nouvelles notions en langue étrangère
- ✓ Accroître sa culture générale et se présenter

### Rapport de compétences (dans le cadre du stage en entreprise)

#### Objectifs pédagogiques

- ✓ Analyser un contexte professionnel réel
- ✓ Se positionner dans une organisation et dans un cadre de travail
- ✓ Recenser ses activités et missions professionnelles pour établir ses compétences
- ✓ Découvrir le marché de l'entreprise d'accueil et son incidence sur les fonctions de la structure
- ✓ Déceler la/les problématiques de l'entreprise sur son secteur ou dans ses fonctions premières
- ✓ Proposer une méthodologie de recherche et d'action pour accompagner l'entreprise

#### Modalité(s) d'évaluation

- ✓ Un dossier écrit de 30 pages (hors annexe et fiches de compétences)
- ✓ Un support de présentation assistée par ordinateur
- ✓ Un grand oral de fin de formation de 45 minutes

### Projet d'entreprise : Création d'entreprise

#### Objectifs pédagogiques

- ✓ Appréhender tous les fondamentaux du marketing et de la gestion financière et juridique des entreprises
- ✓ Mettre en lien des compétences transverses liées au marketing opérationnel et aux objectifs financiers
- ✓ Assurer une étude de faisabilité de marché et une étude produit/service
- ✓ Mettre en pratique les techniques de travail de groupe

#### Modalité(s) d'évaluation

- ✓ La rédaction d'un cahier des charges de présentation du projet justifiant les choix
- ✓ L'élaboration d'une présentation assistée par ordinateur
- ✓ Une soutenance orale de groupe de 30 min