

Niveau 7

Bac +5

Titre certifié de niveau 7

Partenariat



icd BUSINESS SCHOOL



DISTRICOM FORMATION

MANAGER DU MARKETING ET DE LA RELATION CLIENT

DATE DE LA FORMATION :

20 NOVEMBRE 2024

24 NOVEMBRE 2026

Session 01

DURÉE DE LA FORMATION

990 h sur 24 mois

ALTERNANCE

14 heures en formation

Mercredi & Vendredi

21 heures en entreprise

MODALITÉS D'ACCÈS :

Selon le dispositif d'accès à la formation :

- o Information individuelle ou collective
- o Dossier d'inscription
- o Entretien individuel de conseil en formation
- o Épreuves d'admission

DÉLAIS D'ACCÈS :

Entre 1 et 3 mois selon le calendrier de la formation et le dispositif de financement mobilisé

FINANCEMENT

Contrat Apprentissage, Contrat Professionnalisation CPF, Pro A...

COÛT DE LA FORMATION

A partir de 9 500 €

Sous contrat d'apprentissage : les frais de scolarité sont pris en charge par l'OPCO de l'entreprise et l'apprenant est rémunéré en fonction des barèmes en vigueur.

ACCESSIBILITE

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. N'hésitez pas à en faire part à notre référent handicap.



PRE REQUIS

Niveau 6 validé (niveau bac+3) ou diplôme /certification de niveau équivalent et/ou selon expérience professionnelle de 3 ans dans le domaine commercial (dispositif VAE demande auprès de IGS)

● LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, les stagiaires doivent être capable de :

- **Élaborer une stratégie marketing orientée client**
- **Piloter la relation client et le développement des ventes dans un contexte omnicanal**
- **Manager les ressources humaines, budgétaires et logistiques affectées à la relation client**
- **Déployer un projet marketing digital au service de la relation client et gérer la data marketing**

● LE MÉTIER

Le Manager du Marketing et de la Relation-Client est le porte-parole du client et garant d'une organisation centrée client au sein de l'entreprise, il intervient dans un contexte d'omnicanalité généralisé, d'ultra digitalisation et de concurrence accrue.

Porteur d'une stratégie client 360°, il combine l'ensemble des canaux de relation client et de communication marketing online et offline pour créer une expérience client personnalisée favorable à sa fidélisation et au développement du courant d'affaires.

● CONTENU PEDAGOGIQUE (Compétences/Objectifs opérationnels)

Bloc 1 : Élaborer une stratégie marketing orientée client

Compétence 1.1 - Produire une veille stratégique

Compétence 1.2 - Définir une segmentation clients (Personna, études et enquêtes marketing...)

Compétence 1.3 - Définir une stratégie marketing centrée client

Compétence 1.4 - Décliner un plan d'action commercial et marketing omnicanal

Compétence 1.5 - Instaurer une culture Client (Custom Centric)

Compétence 1.6 - Mettre en place un dispositif d'analyse de la performance

Bloc 2 : Piloter la relation client et le développement des ventes dans un contexte omnicanal

Compétence 2.1 - Modéliser des parcours clients omnicanal personnalisés et combinés

Compétence 2.2 - Élaborer et déployer des programmes de marketing relationnel personnalisé et d'inbound marketing

Compétence 2.3 - Détecter des opportunités d'affaires et analyser la rentabilité et le ROI

Compétence 2.4 - Élaborer et piloter la mise en œuvre du plan de prospection

Compétence 2.5 - Mettre en place des accords de partenariats

Compétence 2.6 - Élaborer une proposition commerciale

Compétence 2.7 - Réaliser une négociation avec un client ou un prospect

Compétence 2.8 - Organiser et mettre en œuvre les modalités de traitement efficient des demandes et litiges clients

Compétence 2.9 - Optimiser la performance de la relation client

Compétence 2.10 - Élaborer les principaux éléments de Content Marketing

Bloc 3 : Manager les ressources affectées à la relation client

Compétence 3.1 - Piloter la mise en place opérationnelle de la supply chain en mode projet

Compétence 3.2 - Organiser le service commercial et/ou marketing

Compétence 3.3 - Manager les équipes commerciales et/ou marketing

Compétence 3.4 - Suivre la réalisation des objectifs et mesurer la performance commerciale des équipes

Compétence 3.5 - Gérer les situations conflictuelles internes et externes

Compétence 3.6 - Établir et suivre les budgets alloués au développement de la relation client

Compétence 3.7 - Élaborer des tableaux de bord de suivi de l'activité, des équipes et des informations Clients

Bloc 4 : Déployer un projet de marketing digital au service de la relation client et gérer la data marketing

Compétence 4.1 - Réaliser un diagnostic de la maturité digitale de l'entreprise

Compétence 4.2 - Piloter la collecte et le traitement des data clients

Compétence 4.3 - Élaborer le cahier des charges du projet CRM

Compétence 4.4 - Déployer un projet CRM

Compétence 4.5 - Concevoir un plan d'action du déploiement de la stratégie digitale

Compétence 4.6 - Définir une stratégie de contenu adapté aux cibles

Compétence 4.7 - Déployer les outils de communication digitale

Compétence 4.8 - Piloter en mode projet l'optimisation du site internet de l'entreprise

Compétence 4.9 - Sélectionner et mettre en œuvre les techniques de référencement

Compétence 4.10 - Mettre en œuvre des actions de curation et/ou de création de contenus sur les réseaux sociaux

Compétence 4.11 - Proposer des mesures d'impact de la stratégie webmarketing et Social Média

NIVEAU

Niveau 7 (BAC +5)

TAUX DE REUSSITE en 2023 :

Première session en 2024

TAUX D'INSERTION GLOBAL

(à 6 mois) : Première session en 2024

VAE

Certification possible dans le cadre d'une procédure de Validation des Acquis de l'Expérience auprès du groupe IGS

<https://www.districtformation.com/la-vae>

Référent de la formation :

Philippe CHAUDRON

0690 51.80.28

pc.districtformation@gmail.com

LIEU DE FORMATION

DISTRICOM FORMATION

immeuble Palmeraie

1^{er} et 2^{ème} étage

97122 BAIE-MAHAULT

☎ 0590 25 32 43

info@districtformation.com

www.districtformation.com

Horaires d'ouverture

Du lundi au vendredi

7h00 à 16h



**DISTRICOM
FORMATION**

Fiche modifiée le 11/07/2024

● ÉQUIPE, MÉTHODES, MOYENS & OUTILS PÉDAGOGIQUES

- . Équipe pédagogique composée de formateurs professionnels expérimentés issus du commerce et de la distribution et certifiés à la pédagogie des adultes
- . Méthodes pédagogiques actives prenant appui sur les compétences professionnelles
- . Animations présentiels et/ou distanciel, Blend Learning
- . Pédagogie innovante par les applications, mises en situations professionnelles, jeux de rôles, missions professionnelles, Business Game, Challenges...
- . Encadrement et accompagnement adapté au projet professionnel de chacun
- . Accent porté à la transversalité des compétences (*Soft skills et hard skills*)
- . Plate-forme pédagogique et collaborative (www.districtformation.fr)
- . Connexion Internet haut débit, écrans interactifs, salles de formation

● MODALITÉS D'ÉVALUATION

- . Évaluations certificatives : cas d'entreprises réels ou reconstitués (épreuves écrites), soutenance orale devant jury, mise en situation professionnelle avec scénarii, réalisation d'une mission conseil menée par le candidat auprès d'une entreprise (dossier écrit + soutenance orale)

● VALIDATION ET SANCTION

La certification complète est obtenue par validation de chacun des 4 blocs de compétences, en une seule fois ou bloc par bloc.

Dans le cas d'une validation d'une partie des blocs, une attestation de réussite partielle sera délivrée au candidat qui pourra se présenter de nouveau au jury de certification pour faire valider un ou plusieurs autres blocs.

● SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le manager du Marketing de la Relation Client intervient dans des entreprises/organisations marchandes de secteur d'activité et de taille très diversifiés, en contexte national ou international

Type d'emplois accessibles :

Responsable de la relation clientèle, Customer Success Manager, Responsable de la satisfaction et qualité client, Chef de projet/manager CRM, Responsable service client, Responsable marketing client, Responsable études marketing et datas client, Responsable commercial, Ingénieur/chargé d'affaires, responsable de marché ou de secteur, managers/responsable grands comptes, Responsable e-marketing/e-commerce, Chef de projet marketing digital, Responsable commercial et marketing, Consultant marketing client/ de la relation client/ CRM, Business Analyst, Business developer...

Code(s) ROME :

M1704 - Management relation clientèle
M1705 - Marketing
M1707 - Stratégie commerciale

Code(s) NSF : 310 - Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

312 - Commerce, vente

Formacode(s) : 34076 - Gestion de la relation client

34093 - Marketing digital

34053 - Marketing opérationnel

34057 - Marketing stratégique

34085 - Stratégie commerciale

● POURSUITE D'ÉTUDES

- Entrée dans la vie active

Titre certifié de Manager du Marketing et de la Relation-Client de l'ICD (IGS),

enregistré au **RNCP n°38938**, niveau 7(EU), codes NSF 310-312,

par Décision France Compétences en date du 26/04/2024