

# Responsable marketing et communication (Ipac - Eduservices)

 Durée de formation : 1 an

 Niveau de sortie des études : Bac + 3

## CERTIFICATION ASSOCIÉE

### Responsable marketing et communication

#### Descriptif

Le responsable marketing et communication conçoit et conduit des actions de marketing et de communication, permettant de mettre en œuvre le processus de commercialisation d'une offre de produits et de services, en vue d'atteindre des objectifs stratégiques de développement économique et commercial, établis en amont par la Direction de l'entreprise, et portant sur un périmètre d'activités identifiées (secteur géographique, gamme de produits ou services, types de clientèle).

#### Objectifs

#### Compétences attestées :

Compétences pour contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing et communication pour un produit/service ou une gamme

- Mettre en place un processus de veille sectorielle et concurrentielle en sélectionnant les sources online et offline adaptées à la stratégie et au périmètre d'activité de l'entreprise pour déterminer les tendances actuelles et futures du marché et organiser l'information en vue de son exploitation
- Réaliser une étude de marché en utilisant une démarche s'appuyant sur les résultats de la veille pour comprendre le fonctionnement du secteur et connaître l'ensemble des acteurs afin d'identifier les segments de clientèle BtoB et BtoC les plus rentables pour l'entreprise
- Construire des personas de la clientèle ciblée en approfondissant l'étude des segments de marché retenus pour concevoir une offre adaptée et distinctive
- Proposer une stratégie marketing et communication en définissant ses objectifs, les actions à conduire et leur méthode de mise en œuvre pour atteindre les objectifs de vente fixés par la direction
- Elaborer le plan d'action marketing et communication en déterminant les éléments du mix adaptés à la stratégie définie par la direction pour se positionner sur le marché et développer le portefeuille client
- Définir la ligne éditoriale de la stratégie de communication en fixant les objectifs, le type et le sujet des contenus, les champs sémantiques, la fréquence des publications, les supports de diffusion, le circuit de promotion, pour garantir la cohérence et l'attrait du message en fonction de la cible choisie

- Calculer le montant des investissements nécessaires à la réalisation du plan marketing et communication en recensant les postes de dépenses et en tenant compte des ressources financières, humaines et matérielles de l'entreprise pour construire un budget permettant d'atteindre les objectifs fixes

#### Compétences pour mettre en œuvre et assurer le déploiement de la stratégie marketing communication au sein des services concernés

- Elaborer un plan d'actions opérationnelles de marketing et communication en planifiant les actions commerciales et marketing et les ressources associées nécessaires à leur mise en place pour déployer la stratégie marketing et communication auprès des acteurs concernés
- Déterminer les éléments du produit ou service à mettre en valeur (nature de produit ou service, marque, prix, distribution) en respectant le positionnement et les objectifs fixes pour construire un merchandising omnicanal différenciant de la concurrence
- Identifier les différents types de vente employés au sein de l'entreprise (BtoB, BtoC, ventes classiques, complexes, appel d'offres) ainsi que les grandes étapes et les jeux d'influence pour construire un ou plusieurs argumentaires de vente adaptés permettant d'anticiper les arguments et objections les plus fréquents
- Développer des partenariats avec des prestataires de services dans un contexte omnicanal en utilisant une matrice de décision pour contractualiser l'achat de prestations de services ou de production marketing dans le respect du cadre réglementaire.
- Rédiger un audit de la communication online et offline existante (interne et externe) en questionnant les différentes parties prenantes et en analysant les résultats des campagnes et actions menées pour définir les besoins et les problématiques de communication
- Proposer une stratégie media et hors media en choisissant les canaux de communication online et offline permettant d'atteindre les cibles-cible pour élaborer un projet de communication 360deg visant à augmenter la visibilité de l'entreprise et de son offre commerciale au service des objectifs de marketing et de vente fixes
- Elaborer une stratégie de contenu inclusive en publiant des informations concernant l'entreprise, ses produits et ses services pour générer du trafic et transformer les prospects en clients
- Rédiger un dossier de presse de l'entreprise en décrivant son univers de marque et son offre de façon unique, distinctive et en alignement avec ses objectifs de développement durable pour la faire connaître aux journalistes afin qu'ils diffusent l'information sur leur media
- Établir et entretenir des relations avec les medias (journalistes, blogueurs, ...) en sélectionnant des informations pertinentes et exclusives à leur transmettre pour obtenir une couverture médiatique positive pour l'entreprise, ses produits et ses services et renforcer son image et sa crédibilité auprès des cibles-cible
- Mettre en œuvre les événements physiques et online décidés par la hiérarchie en établissant un cahier des charges de réalisation pour promouvoir l'entreprise et susciter l'intérêt et l'engagement des publics-cible vis-à-vis de son offre commerciale

#### Compétences pour contrôler et assurer le reporting du plan d'action marketing communication

- Superviser la conception et la production des contenus et outils (textes, 3D, photos, vidéos, présentations commerciales, site web) en organisant en mode projet le travail des équipes mobilisées en utilisant la méthode RACI et des outils collaboratifs agiles et inclusifs pour coordonner les compétences individuelles et collectives au service de l'atteinte des objectifs fixes dans une logique de coopération intégrative
- Assurer une communication inclusive auprès des équipes internes et externes des nouvelles orientations stratégiques de la direction de l'entreprise en diffusant des informations et en animant des réunions aux formats adaptés à l'ensemble des acteurs du projet de développement marketing et communication pour échanger sur

les points de devolutions et federer les parties prenantes dans une logique de mobilisation de lintelligence collective

- Elaborer une cartographie du parcours dachat du client BtoB et BtoC en analysant lensemble des donnees marketing internes et externes (CRM, remontees des forces de vente, donnees issues des points de contacts numeriques et/ou physiques avec les produits et services de lentreprise) pour realiser le diagnostic de lexperience client afin doptimiser loffre au regard des attentes specifiques des clientele-cible
- Mesurer la satisfaction globale du client BtoB et BtoC tout au long de son parcours dachat omnicanal en utilisant des indicateurs de mesure de lexperience client pour identifier les axes prioritaires de son amelioration sur les points de contacts dont la satisfaction est insuffisante afin de favoriser la fidelisation et de securiser le chiffre daffaires de lentreprise
- Mettre en place des retours dexperience a laide de methodes permettant au client BtoB et BtoC de developper son engagement en tant quambassadeur (business partner) de lentreprise pour quil effectue une recommandation de loffre de produits et services aupres de ses proches
- Concevoir un tableau de bord de suivi de lactivite marketing et communication BtoB et BtoC en selectionnant les indicateurs-cles de performance (KPI) adaptes aux priorites definies par la strategie de marketing et de communication et en collectant les donnees marketing au sein des sources de lentreprise (CRM, logiciel de gestion commerciale, ERP, ) pour evaluer la bonne execution du plan daction, le niveau de realisation des objectifs, le respect du budget alloue et reperer les ecarts eventuels dans une logique damelioration continue de la performance commerciale
- Rediger un reporting en synthetisant les resultats de lanalyse de lefficacite des actions de marketing et de communication et en detaillant des propositions dactions correctives et des opportunités de developpement de nouveaux axes marketing a saisir pour rendre compte aupres de la direction de la performance de lactivite marketing et commerciale et aider a la prise de decision

## Débouchés

### Type d'emplois accessibles :

- Charge(e) de marketing et communication
- Responsable marketing
- Responsable marketing et communication
- Charge(e) de communication
- Charge(e) de communication digitale
- Conseiller(ere) en communication

## OÙ SE FORMER ?

<b>Meurthe-et-Moselle (54)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Nancy	Temps plein ; 3 ans	Nancy
PIGIER - MY DIGITAL SCHOOL	Apprentissage ; 1 an	Nancy
WIN SPORT SCHOOL	Apprentissage ; 1 an	Nancy
<b>Marne (51)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Reims	Temps plein ; 1 an	Reims
<b>Moselle (57)</b>	Rythme & durée	Lieu
Institution de la Salle	Apprentissage ; 1 an	Metz
ML Formation Pigier	Apprentissage ; 1 an	Metz
Institution de la Salle	Temps plein ; 1 an	Metz
<b>Bas-Rhin (67)</b>	Rythme & durée	Lieu
LA CIE DE FORMATION PIGIER	Apprentissage ; 1 an	Strasbourg
<b>Haut-Rhin (68)</b>	Rythme & durée	Lieu
ESGM Ecole Supérieure de Gestion et de Management	Apprentissage ; 3 ans	Mulhouse
ESGM Ecole Supérieure de Gestion et de Management	Apprentissage ; 1 an	Mulhouse
<b>Haute-Garonne (31)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Toulouse	Temps plein ; 1 an	Toulouse
École supérieure internationale de la mode (ESIMODE)	Temps plein ; 1 an	Toulouse
My digital school Toulouse	Temps plein ; 3 ans	Labège
ASSOCIATION INSTITUT LIMAYRAC	Apprentissage ; 1 an	Toulouse
PIGIER	Apprentissage ; 1 an	Toulouse
<b>Morbihan (56)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Vannes	Temps plein ; 3 ans	Plescop
IBEP	Apprentissage ; 1 an	Lorient
AFTEC - MY DIGITAL SCHOOL - MBWAY - IPAC BACHELOR	Apprentissage ; 3 ans	Plescop
AFTEC - WIN SPORT SCHOOL - IHECF	Apprentissage ; 1 an	Vannes

<b>Morbihan (56)</b>	Rythme & durée	Lieu
AFTEC - MY DIGITAL SCHOOL - MBWAY - IPAC BACHELOR	Apprentissage ; 1 an	Plescop
AFTEC - Win Sport School	Temps plein ; 1 an	Vannes
<b>Maine-et-Loire (49)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Angers	Temps plein ; 3 ans	Angers
MY DIGITAL SCHOOL, MY DIGITAL SCHOOL - WIN SPORT SCHOOL - STUDIOM -, IHECF	Apprentissage ; 1 an	Angers
ESPL - IPAC BACHELOR FACTORY - MBWAY -, MY DIGITAL SCHOOL - WIN SPORT SCHOOL - STUDIOM -, IHECF	Apprentissage ; 1 an	Angers
MY DIGITAL SCHOOL, MY DIGITAL SCHOOL - WIN SPORT SCHOOL - STUDIOM -, IHECF	Apprentissage ; 1 an	Angers
MY DIGITAL SCHOOL, MY DIGITAL SCHOOL - WIN SPORT SCHOOL - STUDIOM -, IHECF	Apprentissage ; 2 ans	Angers
<b>Gard (30)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Nîmes	Temps plein ; 1 an	Nîmes
<b>Nord (59)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Lille	Temps plein ; 3 ans	Lille
ISCOM MY DIGITAL SCHOOL	Apprentissage ; 1 an	Lille
École Pigier Valenciennes	Temps plein ; 1 an	Anzin
<b>Ille-et-Vilaine (35)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Rennes	Temps plein ; 3 ans	Rennes
<b>Haute-Savoie (74)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Annecy	Temps plein ; 1 an	Annecy
<b>Gironde (33)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Bordeaux	Temps plein ; 3 ans	Bordeaux
École Pigier Bordeaux	Temps plein ; 1 an	Bègles
<b>Isère (38)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Grenoble	Temps plein ; 3 ans	Saint-martin-d'hères
<b>Rhône (69)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Lyon	Temps plein ; 3 ans	Lyon
PIGIER	Apprentissage ; 1 an	Lyon

<b>Rhône (69)</b>	Rythme & durée	Lieu
Win sport school	Temps plein ; 1 an	Lyon
<b>Seine-et-Marne (77)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Melun	Temps plein ; 3 ans	Dammarie-les-lys
MY DIGITAL SCHOOL - WIN SPORT SCHOOL - PIGIER - S	Apprentissage ; 1 an	Dammarie-les-lys
<b>Hérault (34)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Montpellier	Temps plein ; 3 ans	Montpellier
École Pigier Montpellier	Temps plein ; 1 an	Montpellier
PIGIER/MBWAY	Apprentissage ; 1 an	Montpellier
<b>Loire-Atlantique (44)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Nantes	Temps plein ; 3 ans	Saint-herblain
PIGIER- MBWAY-CAP VERS	Apprentissage ; 1 an	Saint-herblain
<b>Alpes-Maritimes (06)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Nice	Temps plein ; 3 ans	Nice
Win Sport School Nice	Temps plein ; 3 ans	Nice
<b>Paris (75)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Paris	Temps plein ; 3 ans	Paris
Golden Collar	Temps plein ; 4 ans	Paris
MY DIGITAL SCHOOL	Apprentissage ; 1 an	Paris
<b>Yvelines (78)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Saint-Quentin-en-Yvelines	Temps plein ; 3 ans	Montigny-le-bretonneux
PIGIER	Apprentissage ; 1 an	Montigny-le-bretonneux
<b>Bouches-du-Rhône (13)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Marseille (cours Messidoro)	Temps plein ; 1 an	Marseille
ECOLE INTERNATIONALE TUNON- WIN SPORT SCHOOL	Apprentissage ; 1 an	Marseille
LE COURS MESSIDORO	Apprentissage ; 1 an	Marseille
<b>Indre-et-Loire (37)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Tours	Temps plein ; 1 an	Tours
INSTITUT SUPERIEUR TOURANGEAU PAR ABREVIATION IST	Apprentissage ; 1 an	Tours

<b>Indre-et-Loire (37)</b>	Rythme & durée	Lieu
TUNON - WIN	Apprentissage ; 1 an	Tours
TUNON - WIN	Apprentissage ; 1 an	Tours
<b>Calvados (14)</b>	Rythme & durée	Lieu
My digital school Caen	Temps plein ; 3 ans	Caen
<b>Haute-Loire (43)</b>	Rythme & durée	Lieu
DEA FORMATION	Apprentissage ; 1 an	Puy-en-velay
<b>Loiret (45)</b>	Rythme & durée	Lieu
OGEC STE CROIX STE EUVERTE	Apprentissage ; 1 an	Orléans
ISO	Apprentissage ; 1 an	Orléans
École Pigier Orléans	Temps plein ; 1 an	Orléans
<b>Hauts-de-Seine (92)</b>	Rythme & durée	Lieu
ISIFA PLUS VALUES - AFASOP - IPAC BACHELOR FACTOR	Apprentissage ; 1 an	Levallois-perret
<b>Pyrénées-Atlantiques (64)</b>	Rythme & durée	Lieu
ECOLE SUPERIEURE DES METIERS DU TERTIAIRE	Apprentissage ; 1 an	Boucau
École Pigier Bayonne	Temps plein ; 1 an	Bayonne
<b>Côte-d'Or (21)</b>	Rythme & durée	Lieu
LBA	Apprentissage ; 1 an	Dijon
ACCECE ALTERNANCE	Apprentissage ; 1 an	Dijon
<b>Hautes-Pyrénées (65)</b>	Rythme & durée	Lieu
Lycée technologique privé Pradeau-La Sède Saint-Pierre	Apprentissage ; 1 an	Tarbes
<b>Doubs (25)</b>	Rythme & durée	Lieu
FCF-ARGOS	Apprentissage ; 1 an	Besançon
<b>Pas-de-Calais (62)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Lens	Temps plein ; 1 an	Lens
PIGIER	Apprentissage ; 1 an	Lens
<b>Somme (80)</b>	Rythme & durée	Lieu
École Pigier Amiens	Temps plein ; 1 an	Dury
<b>Loire (42)</b>	Rythme & durée	Lieu
EUNOIA SUP	Apprentissage ; 1 an	Saint-étienne

<b>Vendée (85)</b>	Rythme & durée	Lieu
Lycée agricole privé Les Établères	Apprentissage ; 1 an	Challans
<b>Savoie (73)</b>	Rythme & durée	Lieu
IPAC - MBway - IHECF - Win sport school Le Bourget du Lac	Temps plein ; 1 an	Bourget-du-lac
IPAC - Win sport school - Albertville	Temps plein ; 1 an	Albertville