

Développement d'un plan d'action marketing digital

- Identifier les impacts du marketing mobile et viral.
- Appréhender les fondamentaux du référencement naturel, les techniques de référencement payant ou liens sponsorisés.
- Développer le trafic en utilisant les leviers : e-mailing, display, retargeting, affiliation ou jeux concours.
- Intégrer les fonctions avancées du CMS Wordpress, dans le développement technique d'un site internet.

Gestion de l'activité commerciale

- Analyser l'environnement de l'entreprise au travers d'une approche systémique (l'offre, la demande...), et d'outils adaptés (matrice de positionnement concurrentiel...).
- Formaliser des objectifs de vente en terme de résultats à atteindre et déterminer les ressources nécessaires (budgétaires, humaines, matérielles...).
- Préparer les études quantitatives et qualitatives, de la collecte d'informations jusqu'à l'analyse.
- Animer et encadrer une équipe : management par objectifs, facteur de motivation...
- Elaborer des tableaux de bord de pilotage, actualiser les indicateurs de suivi des actions commerciales.
- Construire une procédure de recrutement.
- Appréhender les techniques de négociation et de médiation, au service de la gestion des conflits.
- Identifier les secteurs d'activité, recenser les typologies d'entreprises, faire état de son portefeuille, gérer son agenda.
- Elaborer des argumentaires, des entretiens téléphoniques et en face à face, à travers les outils et techniques de communication

Mise en oeuvre d'un plan d'action de communication

- Identifier les points clés dans la construction stratégique d'un plan de communication
- Présenter la communication sur différents supports choisis

Gestion administrative, financière et juridique d'un projet commercial

- Identifier le seuil de rentabilité à partir des charges variables et fixes.
- Intégrer les critères et indicateurs économiques, au regard des obligations comptables issues du code de commerce (compte de résultats...).
- Formuler des indicateurs d'efficacité pour mesurer la rentabilité du projet.
- S'informer sur les règles du droit commercial (droit du consommateur, e-commerce et distribution en ligne, contrat de prestation de service...) et social (recrutement, contrat de travail).
- Recueillir et traiter les informations pour construire des fichiers informatiques.

Pilotage d'un plan d'action marketing

- Réaliser une étude de faisabilité grâce à des outils d'analyses statistiques adaptés.
- Etablir un diagnostic à travers les principes de base des 4 P.
- Identifier les moyens nécessaires à la réalisation du plan marketing.
- Proposer différentes étapes de mise en œuvre des opérations, par l'application des techniques et outils du marketing direct.
- Exploiter et mesurer les résultats des campagnes de marketing direct, afin de proposer des axes d'amélioration.

Gestion d'un projet commercial et marketing

- Mettre en œuvre la méthode et les techniques de conduite de projet
- Fixer des objectifs stratégiques et opérationnels, et les décliner en actions,
- Animer les réunions des équipes par les techniques d'animation dynamique.
- Estimer et optimiser les coûts et les délais.
- Proposer un cadrage du projet en fonction des données de l'étude de faisabilité.
- Planifier le projet à partir d'outils et de techniques de gestion (graphe de PERT, diagramme de GANTT)
- Identifier les risques et garantir la faisabilité et la sécurité du projet à chacune des étapes.
- Dresser le bilan d'un projet à partir d'indicateurs (évaluation intermédiaire et finale).
- Proposer des actions/mesures correctives et des axes d'évolution.

Spé BANQUE et ASSURANCE

Produits d'assurance

- Incendie, Accident, Risque et Dommage
Produits « Particuliers » (Assurance automobile, Multirisques Habitation et Complémentaire santé), Gestion des sinistres dommages et les bases fondamentales du Risque d'entreprise.
- Assurances de Personnes
Les produits de Prévoyance (complémentaire santé, contrats d'assurance Vie), des produits de placement (valeurs immobilières, valeurs boursières).
- Droit des assurances
L'environnement juridique des assurances, du contrat d'assurance et de ses effets, des obligations de l'assuré et de l'assureur, ...

Produits bancaires

- Produits financiers
Analyse du besoin client et connaissance des produits bancaires et financiers (compte de dépôt, épargne à vue - épargne à terme, services d'investissement, produits financiers, crédit, ...)
- Droit bancaire
L'environnement juridique bancaire, l'application des lois et règlements au secteur financier, la responsabilité du banquier, les contrats bancaires, ...

- **Formateurs et intervenants professionnels** dans leur domaine d'activité
- **Séminaires et ateliers professionnels**
- **Participation aux ateliers Google, Job Dating, Remise des diplômes, Gala de fin d'année, ...**

Débouchés

- **Collaborateur d'agence**
- **Conseiller commercial en assurance**
- **Chargé d'affaires banque assurance**
- **Chargé de clientèle**
- **Chargé de clientèle grand compte**

Organisation de la formation

Organisation de l'année : septembre à mars en rythme alterné 1 semaine / 2 & mars à septembre, plein temps en entreprise / Examens début septembre N+1

- En alternance (contrat d'apprentissage et contrat de professionnalisation)
- Statut étudiant: 4 à 6 mois de stage, en rythme alterné,
- Par Bloc de compétences: Positionnement individuel avec nos conseillers.
- Par VAE: Positionnement individuel avec nos conseillers

VALIDATION

- **Certification Professionnelle « Chargé(e) de Développement Commercial et Marketing » – Niveau II (Fr - Bac + 3) – Niveau 6 (Eu)** enregistrée au RNCP par arrêté du 09 Avril 2018, publié au Journal Officiel le 17 Avril 2018 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles jusqu'au 18 décembre 2023 – Code NSF 312 – Autorité responsable : EFIF - Groupe ESCCOT – Certification accessible via le dispositif VAE. Cette formation est éligible au compte personnel de formation – Code CPF 248563 – <https://certificationprofessionnelle.fr/recherche/rncp/30407>

Modalités d'ÉVALUATION

- Etudes de cas, Dossiers écrits et soutenances orales, ...

POURSUITE D'ÉTUDES :

**Mastère
MANAGER D'AFFAIRES**
Bac+5 - 2 ans