

Marketing stratégique

RS1349 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34052
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

PEDAGOGIE DU MANAGEMENT · SIRET : 71201036200028

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Responsable Marketing Stratégique exerce aussi bien en TPE que dans les grandes entreprises. Il peut aussi intervenir dans les agences de conseil en marketing et communication.

Cette certification apporte aux responsables marketing des outils et méthodes pour développer un pilotage performant, augmenter l'efficacité de leurs actions marketing et développer leurs avantages concurrentiels.

La certification valide les acquis des participants et atteste de la maîtrise de l'activité et de l'élaboration d'une stratégie marketing différenciante qu'implique au quotidien la fonction de responsable marketing stratégique.

A l'issue de cette certification, les participants seront en mesure d'élaborer une stratégie marketing différenciante et de réussir dans votre fonction de directeur marketing.

Les objectifs sont les suivants :

Connaître les principaux modèles d'analyse et de formalisation stratégiques.

Identifier les meilleures pratiques et les innovations.

Mettre en œuvre, exécuter et piloter une stratégie marketing.

Développer un pilotage performant

Augmenter l'efficacité des actions marketing

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Etablir un diagnostic stratégique, évaluer le potentiel d'un marché pour comprendre les besoins des clients
- Détecter des opportunités de développement
- Segmenter son marché
- Définir sa stratégie et son positionnement marketing
- Créer et lancer des offres marketing différenciantes
- Adapter son mix-marketing au marché : produits et services, prix, distribution, soutien promotionnel
- Ajuster un mix existant en fonction du cycle de vie d'un produit / services ou de la concurrence
- Bâtir une stratégie de communication
- Concevoir une stratégie marketing multicanal
- Evaluer la rentabilité prévisionnelle d'un projet
- Animer une équipe projet pour contribuer à sa réussite
- Construire un business plan
- Exprimer et faire adhérer à des idées fortes
- Dresser un diagnostic stratégique : formalisation, exécution et pilotage
- Etablir un diagnostic stratégique, évaluer le potentiel d'un marché pour comprendre les besoins des clients
- Détecter des opportunités de développement
- Segmenter son marché
- Définir sa stratégie et son positionnement marketing

- Créer et lancer des offres marketing différenciantes
- Adapter son mix-marketing au marché : produits et services, prix, distribution, soutien promotionnel
- Ajuster un mix existant en fonction du cycle de vie d'un produit / services ou de la concurrence
- Bâtir une stratégie de communication
- Concevoir une stratégie marketing multicanal
- Evaluer la rentabilité prévisionnelle d'un projet
- Animer une équipe projet pour contribuer à sa réussite
- Construire un business plan
- Exprimer et faire adhérer à des idées fortes
- Dresser un diagnostic stratégique : formalisation, exécution et pilotage

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le participant doit avoir des connaissances en marketing et 3 années minimum d'expérience minimum en marketing

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Programme de la certification sur le site internet de l'Institut Supérieur du Marketing : <http://www.ism.fr/formation/parcours-certifiant-responsable-marketing-strategique.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/1349/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	1
Taux d'achèvement	100 %
Période	02/2022 – 05/2022

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	15
Montant total engagé	90 464 €
Coût moyen par dossier	6 031 €
Durée moyenne	142 h
Période	09/2020 – 12/2021
Entreprise	61 %
France compétences	39 %
Reste à charge titulaire	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.