

RESPONSABLE MARKETING COMMERCIAL SPECIALISE EN ACQUISITION NUMERIQUE

PROGRAMME DE FORMATION 2024 / 2025

Niveau RNCP35209 Code diplôme 26X31245

Date de décision 20/01/2021 – Date d'échéance de l'enregistrement 20/01/2026

TITRE RNCP ROCKET SCHOOL NIVEAU 6

Code(s) NSF : 312 : Commerce, vente

Formacode(s)34593 : Prospection vente 34093 : Marketing digital 34085 : Stratégie commerciale

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir une stratégie d'acquisition numérique au sein d'une organisation
- Mettre en œuvre une stratégie d'acquisition à l'aide d'outils numérique
- Gérer des cycles de vente et la satisfaction client
- Piloter des projets d'acquisition numérique
- Piloter la performance des leviers d'action / d'acquisition

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

PRÉ-REQUIS

Titulaire d'un BAC+2 ou d'une expérience d'au moins 3 ans dans le secteur.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

Le cycle est suivi en formation initiale ou en alternance. La formation compte environ 413 heures d'enseignements d'octobre juin, complétées par une phase d'apprentissage professionnel et de mise en pratique des acquis sur le terrain (Alternance ou stage de 12 semaines).

Nombre d'effectif dans les salles de classe 20 personnes maximums.

LIEU DE LA FORMATION

Ilots des Picotières – 83110 Sanary

CONTENU DE LA FORMATION

BLOC 1 – DEFINIR UNE STRATEGIE D'ACQUISITION NUMERIQUE AU SEIN D'UNE ORGANISATION

- ⇒ Définir le besoin de la clientèle en mettant en place une méthode d'expérimentation agile et en réalisant des études de marché afin de proposer un produit adapté aux attentes et besoins de ses clients (**Modules : Marketing + Acquisition client**)
- ⇒ Utiliser les techniques de diagnostic et de recherche d'idées en interne ou en externe (avec le client) afin de définir les options opérationnelles de la nouvelle offre. (**Modules : Acquisition client / Communication**)
- ⇒ Définir une stratégie d'acquisition classique et numérique d'une nouvelle offre en choisissant son positionnement, définissant son prix et en sélectionnant les méthodes d'acquisition numérique. (**Modules : Stratégie d'acquisition multicanale / Stratégie / Marketing / Acquisition client**)

- ⇒ Analyser la rentabilité des stratégies d'acquisition entrantes & sortantes en lien avec les collaborateurs de la comptabilité, de la finance & le directeur général, en identifiant les données clefs de chaque étape, en calculant le coût d'Acquisition Client & la rentabilité ainsi qu'en négociant les budgets auprès du management. **(Modules : Acquisition client / Pilotage et performance économique)**

BLOC 2 – METTRE EN ŒUVRE UNE STRATEGIE D'ACQUISITION A L'AIDE D'OUTIL NUMERIQUE

- ⇒ Qualifier sa clientèle en la segmentant, définissant un ciblage de profil client, créant des listes automatisées & en réalisant des extractions et enrichissements de données à l'aide d'outils numériques afin de définir les cibles qui ont une plus grande probabilité d'achat dans le respect la législation inhérente à la sécurisation des données. **(Modules : Acquisition client / Marketing)**
- ⇒ Mettre en place une stratégie de prospection et de qualification, téléphonique et/ou mail, afin de recueillir des informations sur les prospects et évaluer leur potentiel commercial **(Modules : Acquisition client / Prospection)**
- ⇒ Piloter une stratégie d'acquisition multicanale en utilisant les différents leviers d'activation de la croissance, de création de site internet, d'utilisation des réseaux sociaux, de promotion de la visibilité du site, d'optimisation du site par le biais des moteurs de recherches, d'utilisation de formats publicitaires vidéos, d'affiliation, de reciblage publicitaire et d'envoi de courriels automatisés afin d'attirer un maximum de clients. **(Modules : Stratégie d'acquisition multicanale / Acquisition client)**
- ⇒ Automatiser une approche de gestion de la relation client propre à l'entreprise en utilisant à la fois des outils numériques et des indicateurs de suivi afin d'avoir une vision claire et constante de ses clients et prospects. **(Module : Acquisition client)**

BLOC 3 – GERER DES CYCLES DE VENTE ET LA SATISFACTION CLIENT

- ⇒ Mener une négociation avec les prospects en mettant en œuvre une stratégie et des techniques propres à la négociation en vue de conclure la vente par la levée de leviers de persuasions. **(Module : Négociation)**
- ⇒ Accompagner le nouveau client dans l'utilisation de la solution nouvellement acquise en la paramétrant en fonction de ses besoins tout en accompagnant le client et le formant à l'usage de la solution afin qu'il en tire rapidement le meilleur profit et qu'il réduise les recours au service client. **(Module : Acquisition client)**
- ⇒ Réaliser un suivi après-vente du client en créant et mettant en œuvre un support en fonction de ses besoins, en personnalisant la relation client grâce aux outils de CRM, en développant des solutions adaptées aux besoins client et en créant une communication ciblée sur toute la durée de la prestation afin d'assurer la satisfaction et la fidélisation client. **(Modules : Acquisition client / Communication)**

- ⇒ Piloter une stratégie de suivi, d'écoute et d'élevage de la relation client en mesurant et suivant le taux de satisfaction client, en améliorant le service et les solutions proposées

- ⇒ afin d'augmenter le renouvellement des ventes, la montée en gamme des prestations et de diminuer la perte de sa clientèle. **(Module : Acquisition client)**

BLOC 4 – PILOTER DES PROJETS D'ACQUISITION NUMERIQUE

- ⇒ Cadrer un projet d'acquisition numérique en définissant le périmètre, le cout et le délai et en construisant un dispositif de pilotage approprié. **(Modules : Gestion de projet / Acquisition client)**
- ⇒ Animer des réunions d'équipe en s'appuyant sur un suivi de projet afin de définir le périmètre d'action de chaque acteur, de coordonner l'équipe et de s'assurer de la gestion des éventuels dysfonctionnements. **(Modules : Gestion de projet / Communication)**
- ⇒ Assurer le suivi du déroulé du projet auprès des équipes afin de s'assurer du respect des impératifs de couts, du respect des délais et de la remontée d'éventuelles problématiques auprès de sa Direction. **(Modules : Gestion de projet / Acquisition client)**

BLOC 5 – PILOTER LA PERFORMANCE DES LEVIERS D'ACTION/D'ACQUISITION

- ⇒ Réaliser une veille métiers et technologique via les outils numériques et les réseaux sociaux dans l'objectif de suivre les évolutions et les innovations de l'univers des ventes et du marketing d'acquisition et d'optimiser la stratégie d'acquisition de l'entreprise. **(Modules : Marketing / Acquisition client)**
- ⇒ Définir les indicateurs clefs dans le but de mesurer les performances et optimiser le retour sur investissement des différentes campagnes. **(Modules : Pilotage et performance économique / Acquisition client)**
- ⇒ Piloter une collecte et assurer une présentation des données liées à l'activité afin de rendre compte de la performance et des actions mises en œuvre auprès de la direction de l'entreprise. **(Modules : Communication / Acquisition client)**

VOLUME HORAIRES DES MODULES :

1. Acquisition client : **168h**
2. Marketing : **70h**
3. Négociation : **28h**
4. Communication : **28h**
5. Pilotage et performance économique : **49h**
6. Gestion de projet : **35h**
7. Stratégie : **35h**

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques sur la base du référentiel C3 institute

Cas pratique et mise en situation sur chaque bloc de compétences

Bloc 1 : Diagnostic Stratégique :

- Ecrit + oral
- Contrôle de connaissances
- Evaluations professionnelles des compétences métier et comportementales

Bloc 2 : Plan de développement du portefeuille client :

- Ecrit + oral
- Contrôle de connaissances
- Evaluations professionnelles des compétences métier et comportementales

Bloc 3 : Négociation + Suivi client

- Ecrit + oral
- Contrôle de connaissances
- Evaluations professionnelles des compétences métier et comportementales

Bloc 4 : Gestion de projet

- Ecrit + oral
- Contrôle de connaissances
- Evaluations professionnelles des compétences métier et comportementales

Bloc 5 : Pilotage de la performance

- Ecrit + oral
- Contrôle de connaissances
- Evaluations professionnelles des compétences métier et comportementales

RAPPORT DE MISSION (ECRIT + ORAL)

Pour obtenir la certification, l'ensemble des blocs doivent être validés.

Blocs de compétences	Contrôle Connaissances	Epreuves de la Certification		Conditions d'attribution	Coef
BLOC 1	10%	30%	60%	≥ 10/20	1
Définir une stratégie d'acquisition numérique au sein d'une organisation	Les leviers d'acquisition (50%) + Evaluation prof. (50%)	Diagnostic & stratégie d'acquisition Ecrit (50%) + oral (50%)	Rapport de mission Ecrit (50%) + Oral (50%)		
BLOC 2	10%	30%			
Mettre en œuvre une stratégie d'acquisition à l'aide d'outils numériques	Les mesures de l'acquisition (50%) + Evaluation prof. (50%)	Développement du Portefeuille Clients Ecrit (50%) + oral (50%)			
BLOC 3	10%	30%			
Gérer des cycles de vente et la satisfaction client	La satisfaction client (50%) + Evaluation prof. (50%)	Négociation Oral (50%) + Suivi Client Ecrit (50%)			
BLOC 4	10%	30%	≥ 10/20	1	
Piloter des projets d'acquisition numérique	Les étapes de la gestion de projet (50%) + Evaluation prof. (50%)	Gestion de projet Ecrit (50%) + oral (50%)			
BLOC 5	10%	30%	≥ 10/20	1	
Piloter la performance des leviers d'action/d'acquisition	Les outils de pilotage (50%) + Evaluation prof. (50%)	Pilotage de la performance Ecrit (50%) + oral (50%)			

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Titulaire d'un diplôme équivalent ou supérieur et 3 années d'expériences professionnelles

Évaluations pédagogiques

Appréciation du niveau d'acquisition des compétences pour chaque épreuve de la certification par le formateur / évaluateur

Évaluation des connaissances à travers le contrôle continu

Justifications du niveau d'acquisition des compétences par le tuteur ou le maître de stage en entreprise.

Auto - évaluation

Justifications par l'apprenant durant la formation

Rapport de mission

Évaluation finale par le jury de l'acquisition des compétences de chaque bloc de la certification préparée.

Modalité et délais d'accès

La formation se déroule en présentiel au centre de l'École supérieure de commerce à Sanary.

Dossier de candidature, entretien et test de positionnement

L'inscription doit être réalisé au plus tard le 15 octobre de l'année N.

MOYENS TECHNIQUES

Salle avec chaises et tables, téléviseur grand écran, Paper-bord.

TARIF

En alternance : Contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation avec une entreprise

Prise en charge des coûts de la formation par les OPCOS (formation gratuite pour l'étudiant)

Rythme : 2 jours de formation en présentiel / 3 jours d'entreprise par semaine

En formation initiale : 5000 euros/an avec 12 semaines de stage et 350 euros de frais de dossier à l'inscription.

DELAI D'ACCES

Inscription : Sur rendez-vous à partir de février N : Entretien de motivation et entretien individuel, dossier de candidature et test de positionnement

CONTACT

PERFORMANCE BUSINESS SCHOOL

Tél : 04 94 07 85 82

contact@pbschool.fr

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à contacter directement GONZALEZ Mathilde (référente) au 04 94 07 85 82, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

TAUX D'OBTENTION DES CERTIFICATIONS PREPAPREES

Les premiers résultats seront disponibles en juillet 2025

VALIDATION DE BLOCS DE COMPETENCES EN CAS DE REUSSITE PARTIELLE A LA CERTIFICATION

Les blocs de compétences validés sont acquis à vie.

En cas d'échec à la Certification, une validation partielle par bloc de compétences est accordée à l'apprenant qui se verra délivrer un certificat de compétences pour chaque bloc obtenu.

1. Validation des blocs de compétences non obtenus : Une date de Grand Oral pourra être proposée aux apprenants concernés aux conditions cumulatives suivantes :

- Respecter un délai de minimum 6 mois pour se présenter au Grand Oral
- Présenter un passeport certification enrichi

Les frais d'inscription au Grand Oral sont de 50 euros HT par bloc, payables directement au Centre de préparation.

EQUIVALENCES ET PASSERELLES:

Code de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en correspondance	Nature de la correspondance (totale, partielle)
<u>RNCP34399</u>	Chargé d'affaires en hautes technologies EURIDIS MANAGEMENT	Les blocs 1 et 2 d'EURIDIS MANAGEMENT permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 1. Le bloc 2 d'EURIDIS MANAGEMENT permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2. Les blocs 3 et 4 d'EURIDIS MANAGEMENT permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 3.
<u>RNCP34524</u>	Responsable du développement et du pilotage commercial - ASCENCIA PARIS LA DEFENSE	Le bloc 1 d'ASCENCIA PARIS LA DEFENSE permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 1. Le bloc 2 d'ASCENCIA PARIS LA DEFENSE permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2. Le bloc 2 d'ASCENCIA PARIS LA DEFENSE permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 3. Les blocs 3 et 4 d'ASCENCIA PARIS LA DEFENSE permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 4.
<u>RNCP13596</u>	Responsable du développement commercial La compagnie de formation – Pigier	Les blocs 1 et 3 de La compagnie de formation – Pigier permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2. Les blocs 2 et 3 de La compagnie de formation – Pigier permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 3. Le bloc 2 de La compagnie de formation – Pigier permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 4. Le bloc 1 de La compagnie de formation – Pigier permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 5.
<u>RNCP34195</u>	Responsable de la stratégie marketing et du développement commercial omnicanal INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE	Le bloc 1 d'INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 1. Le bloc 3 d'INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2. Les blocs 2 et 3 d'INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 4. Le bloc 4 d'INST DE FORMATION COMMERCIALE PERMANENTE permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 5.
<u>RNCP22994</u>	Responsable en marketing et développement commercial ASSOCIATION GROUPE ESSEC	Les blocs 1 et 2 de l'ASSOCIATION GROUPE ESSEC permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 1. Le bloc 3 de l'ASSOCIATION GROUPE ESSEC permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2. Les blocs 2 et 3 de l'ASSOCIATION GROUPE ESSEC permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 3. Les blocs 4 et 5 de l'ASSOCIATION GROUPE ESSEC permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 4. Le bloc 3 de l'ASSOCIATION GROUPE ESSEC permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 5.
<u>RNCP29535</u>	Responsable de développement commercial (option banque-assurance) CCI France	Le bloc 1 de CCI France permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 1. Les blocs 1 et 2 de CCI France permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2. Les blocs 2 et 4 de CCI France permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 3. Le bloc 3 de CCI France permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 4. Le bloc 1 de CCI France permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 5.

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

Acquisition de trafic web PEDAGOGIE DU MANAGEMENT N° de la fiche RS : 2318

La compétence 10 de PEDAGOGIE DU MANAGEMENT permet l'obtention partielle de notre bloc de compétences 1.

Les compétences 1 à 4 et 6 à 8 de PEDAGOGIE DU MANAGEMENT permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 2.

Les compétences 5 et 9 à 14 de PEDAGOGIE DU MANAGEMENT permettent l'obtention partielle de notre bloc de compétences 5.

LES EXCEPTIONS

CAS ACCEPTES

Sur demande de dérogation, il est possible d'intégrer des candidats de niveau Bac + 2 pouvant justifier de 3 années d'expérience dans le secteur. Les dérogations sont soumises à ADMTC et validées par le Certificateur avant l'entrée en formation.

SUITE DE PARCOURS ET DEBOUCHES

Poursuite d'études :

Master en Marketing

Master en ingénieur d'affaires

Débouchés :

Chef de projet Marketing

Community Manager

Responsable des ventes/ Chef de produits

Responsable du développement