

## Titre Responsable Marketing Opérationnel (Bachelor Commerce et Marketing)

## Financement

Formation professionnelle continue  
Non conventionnée / sans dispositif

## Organisme responsable et contact

ISFAC LA ROCHELLE  
Celine MIGNONNEAU  
05.46.45.10.64  
cmignonneau@isfac.fr

## Accès à la formation

## Publics visés :

Demandeur d'emploi  
Jeune de moins de 26 ans  
Personne handicapée  
Salarié(e)  
Actif(ve) non salarié(e)

## Sélection :

Dossier  
Tests  
Entretien

## Niveau d'entrée requis :

Niveau 5 : DEUG, BTS, DUT, DEUST  
(Niveau 5 européen)

## Conditions d'accès :

BAC+2 Validé niveau 5

## Prérequis pédagogiques :

- bon relationnel - aisance informatique  
L'ISFAC base son activité sur l'accompagnement des apprenants ce qui permet leur montée en compétences. L'accompagnement commence par la recherche de l'employeur et se poursuit ensuite tout le long du parcours de formation : suivis en entreprise avec le maître d'apprentissage, évaluations et bilans pédagogiques réguliers, accompagnement socio-professionnel et éducatif inhérent au statut d'apprenti. L'ISFAC développe ses méthodes pédagogiques au travers de la multimodalité pour une préparation efficace à l'examen et un apprentissage du métier visé. Les outils d'accompagnement à une pédagogie hybride nous permettent de mettre en œuvre une pédagogie active, tournée vers l'apprenant. La mise en place d'une pédagogie inversée, d'un travail basé en présentiel sur la mise en pratique et l'application d'un accompagnement individuel (synchrone ou asynchrone) en fonction des besoins de chacun. Le choix de cette méthode permet à l'apprenant de développer en plus des connaissances en lien avec le diplôme visé, des compétences transversales comme l'autonomie et la responsabilité, qui seront essentielles à son parcours professionnel. Les séances, animées par des intervenants professionnels du métier, sont basées sur des échanges, des partages d'expérience. Le travail en mode projet est favorisé

## Contrat de professionnalisation possible ?

Oui

## Objectif de la formation

A l'issue de la formation le candidat doit être capable de : - Développer la stratégie webmarketing - Elaborer et piloter le plan marketing opérationnel - Coordonner une équipe marketing/ une équipe projet

## Contenu et modalités d'organisation

**BLOC 1 : Développer la stratégie webmarketing - Mener une veille marketing via des études du comportement du consommateur et des études de marché en vue de définir la stratégie marketing -Concevoir la stratégie webmarketing à partir du projet d'entreprise et de la veille menée dans le but de segmenter, cibler et positionner le produit/service sur le marché - Elaborer le plan de mise en œuvre et en tenant compte de la stratégie webmarketing en déclinant les leviers webmarketing correspondants afin de maximiser l'atteinte des objectifs -Planifier la stratégie en élaborant un calendrier éditorial tenant compte des objectifs de la direction en vue de séquencer le plan de communication - Prospector les secteurs, activités et entreprises partenaires plutôt que cibles qui auraient intérêt à partager des actions commerciales ou de communication tout en analysant la complémentarité et la cohérence avec l'image de la structure afin de renforcer l'avantage concurrentiel - Evaluer la performance de la politique de commercialisation à l'aide des indicateurs clés de performance afin de réajuster la stratégie webmarketing -Etablir un budget prévisionnel dans l'optique de vérifier la viabilité financière et la rentabilité de l'activité ainsi qu'anticiper les écarts**  
**BLOC 2 : Elaborer et piloter le plan marketing opérationnel -Elaborer un plan de marketing opérationnel (PMO) avec méthode dans l'optique de conduire efficacement la --- Assurer le suivi opérationnel du PMO en tenant compte de la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) de l'entreprise dans son périmètre d'intervention dans le but d'inscrire les actions dan une approche favorisant le développement durable - Coordonner les actions de lancement, suivi et suppression de produits/ gammes, par des techniques de conduite de projet, en vue d'optimiser l'expérience client -Définir le prix d'un produit en choisissant une stratégie de prix afin d'optimiser sa mise sur le marché -Définir les canaux de communication par des techniques de marketing en vue de fluidifier le parcours client cross-canal -Acquérir et fidéliser des clients sur internet en utilisant le tunnel de conversion marketing digital (ou 'funnel') afin de maximiser le taux de conversion -**

Durées de la formation \*546h en cours du jour  
Parcours de formation personnalisable ? Oui Type de parcours Mixte

## Validation(s) Visée(s)

Responsable marketing opérationnel - Niveau 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

## Et après ?

## Suite de parcours

Master Manager Stratégie d'entreprise

## Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00424125	du 19/09/2024 au 30/06/2025	(17)	ISFAC LA ROCHELLE		Non éligible	Contrat pro

00424124

du 19/09/2024 au  
30/06/2025

(17)

ISFAC LA  
ROCHELLE

MON  
COMPTE  
FORMATION

FPC

00424126

du 19/09/2024 au  
30/06/2025

(17)

ISFAC LA  
ROCHELLE

Non  
éligible

Contrat  
app