

Cycle Mastère Manager de la Stratégie Marketing

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

TALIS BAYONNE
Sébastien BOURELY
05.64.10.09.13
bayonne@talys-bs.com

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 6 : Licence, licence professionnelle, BUT (Niveau 6 européen)

Conditions d'accès :

Titulaire d'une L3 ou Titre de Niveau (EU) 6 et 180 ECTS ou expérience professionnelle significative / VAPP Durée de la formation : 2 ans Titulaire d'un M1 ou Titre de Niveau (EU) 6 et 240 ECTS ou expérience professionnelle significative / VAPP Durée de la formation : 1 an

Prérequis pédagogiques :

Non renseigné

Contrat de professionnalisation possible ?

Oui

Objectif de la formation

Le manager de la stratégie marketing (MSM) conçoit, met en œuvre, pilote et évalue la stratégie marketing omnicanale de l'entreprise. Il fédère son équipe autour des enjeux stratégiques de l'entreprise, imagine le déploiement opérationnel de la stratégie élaborée, accompagne et soutient ses collaborateurs dans la réalisation des objectifs qui leur sont fixés. Il est responsable de la performance individuelle et collective de ses équipes comme de la fonction dont il a la charge. Dans l'élaboration et le déploiement de la stratégie marketing, il lui appartient (i) de comprendre les attentes des clients / des consommateurs et d'influencer leur comportement d'achat ou de prescription dans un sens favorable aux intérêts de l'entreprise, (ii) d'analyser la situation du marché dans lequel évolue l'entreprise et de concevoir des plans d'actions adaptés à cette situation à partir de la meilleure combinaison possible des facteurs constituant la politique commerciale (le marketing-mix). Supervisant et amendant les étapes du parcours client en appui de la fonction commerciale, il veille à la cohérence de la stratégie marketing avec la politique générale de l'entreprise, ses orientations et les données résultant de la veille et des études de terrain. Il est également le garant de l'amélioration continue des processus pour conforter le développement et la pérennité de l'entreprise. Au cours des dernières années, la fonction a connu une transformation radicale sous l'effet de la transition numérique. Fruit de l'hyperconnexion et des exigences d'immédiateté des consommateurs, la digitalisation globale impacte chaque jour davantage les parcours d'achat et donc le quotidien des équipes marketing. Avec l'avènement de la révolution numérique, la stratégie marketing est nécessairement omnicanale ; elle prend en compte les comportements d'achat hybrides des consommateurs, intègre les usages et les outils digitaux, y compris les médias sociaux et l'exploitation des données, dans le respect de la protection des données personnelles. De fait, les activités exercées aujourd'hui par les certifiés dans les 6 mois suivant leur insertion comme à plus long terme sont toutes impactées par la digitalisation, l'omnicanalité et

Contenu et modalités d'organisation

ANALYSER LE MARCHÉ ET SES ENJEUX - M1 Comprendre et analyser la stratégie marketing Manager la marque Manager le produit et l'innovation Comprendre les enjeux du webmarketing (dont E-Commerce) PILOTER UN PROJET MARKETING ET COMMUNICATION - M1 Manager un projet Acquérir des bases de finance pour non financiers S'initier à la construction du business plan Construire un tableau de bord opérationnel des actions marketing et communication (KPI's) Acquérir les fondamentaux du management transversal Élaborer et suivre le budget des actions marketing communication Utiliser les leviers du référencement SEO SEA Niveau 1 ÉLABORER UN PLAN D'ACTION MARKETING ET COMMUNICATION - M1 Élaborer et déployer le plan marketing et communication Gérer le parcours client Développer ses compétences de négociation Optimiser la gestion de la relation client (CRM – BIG DATA) Gérer les relations avec les prestataires (agences...) ÉLABORER UNE RECOMMANDATION MARKETING COMMUNICATION - M1 Analyser l'actualité économique Construire sa veille documentaire Réaliser des études de marché ÉLABORER LA STRATÉGIE MARKETING DE L'ENTREPRISE - M2 Veille stratégique dans les domaines sectoriel, concurrentiel et médiatique Exploration des tendances du marché et exploitation des opportunités Stratégies de différenciation et de développement sur le marché Conception de la stratégie marketing alignée sur les valeurs CONCEVOIR UN PLAN D'ACTIONS MARKETING - M2 Identification des axes stratégiques Application opérationnelle des stratégies marketing et d'acquisition (pay-per-click, référencement, storytelling, inbound marketing, marketing d'influence, campagnes d'acquisition, campagnes push and pull,...) Direction stratégique des outils de gestion en marketing Dispositif de suivi et d'évaluation pour le plan d'actions PILOTER LA STRATÉGIE MARKETING OMNISCANALE - M2 Mesure de la réussite de la stratégie marketing Profilage de la base clients Personnalisation de contenu pour une approche segmentée Déploiement stratégique (leviers on site et off site, UX, UI, merchandising, gestion des prestataires) MANAGER UNE ÉQUIPE MARKETING -

Parcours de formation personnalisable ? Oui Type de parcours Mixte

Validation(s) Visée(s)

Manager de la stratégie marketing - Niveau 7 : Master, diplôme d'études approfondies, diplôme d'études supérieures spécialisées, diplôme d'ingénieur (Niveau 7 européen)

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00461662	du 03/10/2024 au 09/09/2026	Bayonne (64)	TALIS BAYONNE		Non éligible	Contrat pro
00458375	du 03/10/2024 au 09/09/2026	Bayonne (64)	TALIS BAYONNE		Non éligible	Contrat app
00489144	du 03/10/2024 au 09/09/2026	Bayonne (64)	TALIS BAYONNE		MON COMPTE FORMATION	FPC