

BACHELOR – BAC+3

RDC - Responsable de développement commercial

Option : Marketing et Communication digitale



En tant que professionnel chargé de la gestion et du développement des activités commerciales, vos responsabilités incluent la participation à l'élaboration de la stratégie commerciale, la négociation des ventes, le développement de l'entreprise et l'encadrement d'une équipe.

Votre rôle est essentiel pour améliorer les performances commerciales et assurer la croissance de l'entreprise. Vous êtes également formé pour gérer les outils et supports digitaux afin d'accroître la visibilité et la notoriété de l'entreprise. Vous veillez à la cohérence de la stratégie marketing, en adoptant une approche cross-canal.

Enfin, vous gérez les supports de communication digitaux en mettant à jour et en créant du contenu, tout en animant des communautés en ligne.

Les métiers visés

Suite à l'obtention du Bachelor vous pourrez travailler comme :

- ✓ Assistant Marketing Digital
- ✓ Assistant Marketing
- ✓ Community Manager
- ✓ Chargé de Communication
- ✓ Chef de Projet Digital

SECTEURS D'ACTIVITES

Le titulaire du Bachelor Responsable Développement Commercial option Marketing et Communication digitale peut exercer dans tous les secteurs d'activités : industrie, service et distribution, et notamment auprès des entreprises suivantes :

- Grandes entreprises, Groupes
- PME/PMI
- Collectivités/Administration
- Comités d'entreprises



RYTHME D'ALTERNANCE

Sur 1 an ; 3 semaines en entreprise ; 1 semaine en formation



GRUPE

De 5 à 12 personnes



DURÉE

308h hors évaluation
448h selon les modalités
d'évaluation



LIEU

Sup'Alternance Provence
55 avenue du 1^{er} Mai
04100 Manosque

PRÉREQUIS

Le CCE est accessible à toute personne exerçant ou ayant exercé une mission effective en lien avec les compétences du référentiel concerné.

PREREQUIS RELATIONNEL

Sens commercial, sens du relationnel et de la communication, travail en équipe, maîtrise de outils de communication, résistance au stress, maîtrise de la langue anglaise.

PUBLIC VISÉ

Personnes éligibles aux contrats d'alternance :

- Contrat d'apprentissage (max 29 ans ou RQTH, autres cas selon réglementation)
- Contrat de Professionnalisation (inscrits Pole Emploi)
- Salariés en Pro-A
- Personnes en reconversion (nous consulter)

DÉLAIS D'ACCÈS

- A partir de 90 jours avant le début de formation
- Entrée possible de septembre à décembre.
- Nous consulter pour les prochaines dates de session.
- Variables selon le planning voir Net YPAREO

MODALITÉ D'ACCÈS

- Entretien de recrutement
- Test de positionnement
- Étude personnalisée du dossier candidat – CV, lettre de motivation, expériences professionnelles et personnelles.

TARIFS

Formation gratuite en apprentissage avec rémunération de l'apprenant en contrat d'apprentissage ou en contrat de professionnalisation

Prise en charge possible suivant les modalités d'accès à la formation et le profil de l'apprenant/ apprenante

Une prise en charge partielle des frais annexes de type repas, nuitée, premier équipement peut être sollicitée auprès de l'OPCO dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ;

Nous consulter.

MODALITÉS PEDAGOGIQUES

Synchrone : Cette synchronicité de l'apprentissage facilite l'interactivité, les participants à la formation peuvent directement poser leurs questions au formateur ou échanger avec les autres apprenants.

Présentiel

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES

Une méthode pédagogique qui s'adapte au contexte, au public. Elle se nourrit de pratiques existantes, mais elle est également unique. La méthode active est déployée en s'appuyant sur des actions à réaliser pour en tirer une expérience, un apprentissage.

MOYENS PEDAGOGIQUES

Rythme alterné en centre de formation et entreprise ;

- Positionnement et restitution au Maître d'Apprentissage ;
- Rencontre Maître d'Apprentissage/Formateur référent/Représentant légal ;
- Livret de suivi en entreprise et d'apprentissage ;
- Visite en entreprise
- Séances de tutorat/accompagnement individualisé
- Réunions pédagogiques ;
- Formation en présentiel ou en blended learning ;
- Équipe pédagogique pluridisciplinaire disposant de nombreuses années d'expériences dans le métier et dans la formation professionnelle ;
- Formation appliquée par une pédagogie active, capitalisation sur les périodes en entreprise et complément en centre de formation, pédagogie par objectif ;
- Travaux de groupes, exposés, mises en situations, vidéo, visites d'entreprises.
- Émargements des stagiaires par demi-journée et questionnaire de satisfaction
- Évaluation par l'entreprise
- Mémoire / soutenance

Livret d'apprentissage et de suivi en entreprise

Visite en entreprise

OUTILS PEDAGOGIQUES

Tableau blanc, vidéoprojecteur, salle de classe, vidéos, tableau interactif.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

À l'issue de cette formation, l'apprenant sera en capacité de :

- Gérer et assurer le développement commercial
- Gérer et organiser les surfaces de vente et de stockage
- Manager une équipe

CONTENU DE LA FORMATION

1/ Conception des actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre

- Analyser le positionnement en ligne et les outils et supports de communication numérique de l'entreprise, en les situant dans le contexte de sa stratégie de communication globale et en évaluant les attentes et spécificités de sa communauté de clients/utilisateurs, afin d'identifier les actions permettant l'amélioration de la présence, de la visibilité et de la notoriété digitales de l'entreprise.
- Déterminer les actions et leur calendrier de mise en œuvre pour déployer ou faire évoluer les canaux, supports et outils de communication numériques de l'entreprise, en tenant compte des caractéristiques des cibles clients/utilisateurs visées et en veillant à leur cohérence et leur complémentarité avec la stratégie globale de l'entreprise.
- Evaluer les moyens humains et financiers nécessaires à la mise en œuvre des actions de communication numérique de l'entreprise, en identifiant notamment les compétences externes et prestataires à mobiliser et en produisant l'estimation des coûts générés, afin d'établir un budget prévisionnel réaliste et de le faire valider par sa hiérarchie.
- Etablir le cahier des charges des actions de communication numérique à mettre en œuvre, en stipulant les objectifs poursuivis, le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales, afin de cadrer le projet et de guider la contribution des différents professionnels internes ou externes impliqués.

2/ Création et gestion des contenus et supports de communication numérique de l'entreprise

- Elaborer des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique de l'entreprise, en développant une ligne éditoriale et une identité visuelle en adéquation avec son image, son positionnement et ses valeurs et tenant compte des attentes et spécificités de sa cible clients/utilisateurs.

- Gérer l'évolution et la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise, en actualisant leurs contenus et les informations diffusées et en appliquant les techniques de référencement naturel, afin de favoriser leur visibilité et leur attractivité.

Piloter les modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique de l'entreprise, en définissant les règles de conduite et d'utilisation favorisant la convivialité et le respect mutuel et en suscitant les échanges et partages d'expérience, afin de contribuer à l'entretien de son e-réputation et de construire une communauté fédérée autour de valeurs et d'intérêts communs.

3/ Evaluation de l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

- Construire des tableaux de bord et indicateurs de suivi, en identifiant les critères pertinents et objectifs sur les plans qualitatifs et quantitatifs compte tenu des objectifs poursuivis et de la nature des actions engagées, afin de permettre l'évaluation continue de l'efficacité de ses outils et supports de communication digitale et de leurs retombées – notamment commerciales – pour l'entreprise.
- Analyser l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise, au niveau de leur fréquentation, de l'image perçue de l'entreprise et de leurs retombées économiques, en croisant l'interprétation des indicateurs de suivi et celle des données concernant leur audience, afin d'identifier les marges de progression et voies d'amélioration possibles.
- Définir les mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées, en repérant les causes et origines des points de non-efficacité, afin d'optimiser le rendement des outils et supports numériques de l'entreprise.

MODALITÉ D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

1/ Conception des actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre

Etude de cas ou situation réelle portant sur :

Le cahier des charges d'une action de communication numérique budgétisée et planifiée

2/ Création et gestion des contenus et supports de communication numérique de l'entreprise

Etude de cas ou situation réelle portant sur :

1/ Un contenu de communication numérique

2/ Une charte éditoriale

3/ Evaluation de l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

Etude de cas d'entreprise fictif ou réel portant sur :

L'évaluation de l'efficacité d'une action de communication numérique

SUIVI EN ENTREPRISE

Suivi en entreprise par le/la référent(e) accompagnateur, évalue les compétences acquises par l'apprenti-e en entreprise, un élément clé du suivi individualisé. Cette rencontre avec l'apprenti-e et le ou la maître-esse d'apprentissage permet le/la référent(e) de s'assurer que les missions confiées à l'apprenti-e sont en adéquation avec les objectifs pédagogiques de la formation.

le/la référent (e)

- Fait le point régulièrement sur les conditions d'apprentissage de l'apprenti-e.
- Rappelle à l'entreprise ses droits, ses engagements.
- Informe des situations à risque la direction de l'alternance de l'Université via le ou la responsable de la formation.
- Envisage en cas de rupture, un changement de structures et en étudier les possibilités de réalisation.

PASSERELLES

Pas de diplôme passerelle.

ÉQUIVALENCES

Aucune.

VALIDATION PAR BLOCS

Certification totale ou partielle par bloc de compétences pour tous les candidats.

POURSUITE D'ÉTUDES

Master Professionnel

INTERVENANTS

Des formateurs possédant les compétences et l'expérience nécessaires dans les domaines de la formation visée.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Notre structure s'est engagée dans la mise en œuvre d'une politique d'accueil et d'inclusion des personnes en situation de handicap en formation.

Vous êtes en situation de handicap merci de contacter notre référent handicap : referenthandicap@digne.cci.fr

MIXITÉ

Toutes nos formations sont accessibles à tous et toutes, sans discrimination de sexe ou d'origine.

Consultez les modalités d'évaluation sur : www.francecompetences.fr/recherche/rncp/Erreur!

Source du renvoi introuvable.

LIEU DE FORMATION



Sup'Alternance Provence

55 Av. du 1er Mai

04100 Manosque

Google Map : <https://g.page/sup-alternance-provence>

LIBELLÉ EXACTE DE LA CERTIFICATION

Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36395/>

CERTIFICAT INSCRIT AU REPERTOIRE SPECIFIQUE.

Code RS5374

NOM DU CERTIFICATEUR

CCI FRANCE

DATE D'ENREGISTREMENT DE LA CERTIFICATION

17-03-2021

INDICATEURS DE RESULTATS DE CETTE FORMATION

Consulter nos indicateurs sur notre site internet :



PERSONNE À CONTACTER

Cyrille DAVENET - Chargé des relations entreprises

c.davenet@digne.cci.fr

06 89 34 76 52