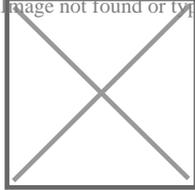


BACHELOR MARKETING DIGITAL

à Tours du 01/09/2024 au 30/06/2025



Financé par



Alternance

Orléans

Tél : 02 38 22 13 00

Mail : info@formation-aftec.com

CONDITIONS D'ADMISSION

Niveau de sortie :

Niveau 6 (licence, licence pro, BUT) - Bac +3

Contenu et programme

Objectifs :

- Conduire une démarche de veille économique, technologique et commerciale
- Réaliser des études qualitatives et quantitatives du marché
- Organiser la diffusion des résultats de la veille et des études de marché
- Établir un diagnostic stratégique marketing et commercial de l'organisation
- Mener une analyse concurrentielle en identifiant les acteurs du marché (concurrents, partenaires et clients, directs et indirects)
- Segmenter la clientèle cible en fonction de critères adaptés au marché visé (grande consommation, industriel, international)
- Concevoir plusieurs solutions et orientations stratégiques, y compris digitale
- Définir les objectifs marketing et commerciaux
- Déterminer les actions marketing et commerciales à mettre en œuvre

- Établir une feuille de route en évaluant les moyens humains et financiers à mobiliser pour chaque action
- Déterminer une politique produit cohérente avec le positionnement de l'offre et les résultats issus de l'analyse du marché
- Définir la stratégie de distribution
- Conduire la stratégie de prix
- Construire un plan de communication adapté à la stratégie marketing
- Concevoir une stratégie marketing et commerciale omnicanal
- Formaliser les étapes de déploiement du plan
- Élaborer un tableau de bord et des outils de suivi
- Répartir les tâches et les moyens entre les acteurs internes et externes
- Établir un rétroplanning des étapes de mise en œuvre du plan opérationnel
- Présenter les enjeux du plan global, les actions, les objectifs et les documents de cadrage
- Superviser la mise en œuvre des actions marketing et commerciales
- Contrôler la gestion des dépenses liées à chaque action au fur et à mesure de sa mise en œuvre
- Concevoir un plan de prospection commerciale omnicanal
- Constituer une base de données de prospection segmentée
- Mettre en œuvre une action de prospection et de communication digitale
- Piloter la mise en œuvre des actions de prospection
- Construire une proposition commerciale chiffrée et argumentée
- Construire des outils de communication commerciale
- Encadrer l'élaboration des contenus et la production des supports de communication par les experts techniques et créatifs
- Développer la relation client par des actions de fidélisation
- Développer une communauté de clients
- Mener des actions de communication et de négociation commerciales en anglais
- Suivre en continu les différents indicateurs de performance
- Produire le bilan global du plan d'action marketing et commercial

Durée en centre :

580

Informations pratiques

Organisme responsable :

[AFTEC Formation - Orléans](#) - Orléans

Publics :

- Tout public - 30 places

Financement :

- Contrat d'apprentissage

Contact :

SIMONIN Sylvie

Numéro de session : 413473S / Référence GIP : 2362622F

Mise à jour le 11/06/2025