

# pilotage MARKETING ET COMMERCIAL

## DURÉE

73,5 heures  
+ 10h d'accompagnement  
collectif  
+ 45 minutes d'examen  
+ période en entreprise  
de 105 heures minimum

## SESSIONS

Nous contacter

## TARIFS

3 100€

## PUBLIC

Tout public

## PRÉ-REQUIS / ADMISSION

→ Dossier de  
candidature  
→ Entretien de  
sélection

## OBJECTIFS

→ Décliner la stratégie de  
l'entreprise en politiques  
Marketing  
→ Adapter l'offre aux  
demandes des segments  
du marché  
→ Mettre en œuvre le  
plan d'action marketing  
→ Répondre aux appels  
d'offre et négocier

## LIEU DE FORMATION

ICN Business School

—

### NANCY

94, rue du Sergent  
Blandan  
54 000 Nancy

—

### PARIS

Les Collines de l'Arche -  
Bâtiment Etoile  
76 route de la Demi-  
Lune  
92 800 Puteaux



Le participant met en application des stratégies d'entreprise afin d'étoffer la base clients, de les satisfaire et de les convaincre. Il utilise les techniques de marketing et de gestion commerciale afin :

- d'analyser le portefeuille produits/services existant dans son environnement concurrentiel et de collecter les informations pertinentes
- de proposer un plan de marchéage (marketing-mix) adéquat et de déployer le plan marketing afférent
- d'utiliser les supports du numérique, de faire connaître son offre de produits et de services pour accroître la visibilité de l'offre et vendre
- d'optimiser l'action commerciale et atteindre les objectifs en respectant les règles de droit commercial, la politique de qualité et les tableaux de bord
- de négocier avec ses clients et répondre à des appels d'offre

## PROGRAMME

### Mise en œuvre du plan marketing

- Définir les axes prioritaires du développement stratégique en s'appuyant tout d'abord sur une analyse Menaces/Opportunités/Forces/Faiblesses puis de modifier ses produits et/ ou services avant de mettre en place des actions datées, objectivées et mesurables dans le temps
- Respecter les règles de droit lors de l'implémentation de son plan d'actions tels que le RGPD, la réglementation publicitaire etc.
- Mesurer et évaluer ses actions marketing, commerciales et communicationnelles en utilisant les bases de données clients et les tableaux de bord de pilotage

### Gestion des supports numériques à l'ère 4.0

- Les outils numériques servent à mieux connaître ses clients, leurs habitudes d'achat mais aussi de communiquer avec eux et de vendre via des market-place
- La communication auprès de son réseau de parties prenantes publiques ou privées influençant l'écosystème de l'entreprise
- La communication via les réseaux sociaux pour attirer des clients et les convaincre

### Action commerciale et négociation au cœur de la relation client-fournisseur

- Les stagiaires aborderont les 5 phases de la vente, sauront déterminer les besoins des clients, argumenter, négocier, mettre en place des accords et les respecter dans le temps
- Pilotage des actions commerciales

## Les enjeux de la gestion de la qualité dans le développement commercial

- Développer une relation de confiance avec le client grâce à la gestion par la Qualité Totale et la labellisation etc. En effet, l'achat est déterminé par exemple par la satisfaction des besoins du client, la diminution du risque perçu, l'augmentation des avantages liés à la « qualité » et sont aussi à l'origine de la satisfaction des clients

### La chaîne logistique au service du client

Dans un contexte d'hyper-concurrence, gérer efficacement sa chaîne logistique est devenu indispensable afin d'assurer une satisfaction client de haut niveau. Les stagiaires aborderont plusieurs concepts, techniques et outils liés aux maillons de la supply chain dans le but de :

- concevoir un processus achats/approvisionnements performant
- choisir les politiques de transport, d'entreposage, de stockage et de production les plus appropriées
- planifier les ressources afin d'optimiser les flux logistiques et de production
- mesurer la performance opérationnelle des achats, de la production et de la logistique

### Accompagnement collectif à la certification pour l'obtention du CCP RNCP38575BC02 (10 heures)

### POINTS FORTS

- Parcours professionnalisant, chaque outil transmis est mis en pratique par les stagiaires
- Pédagogie facilitant la transposition des acquis dans son environnement professionnel
- Formation améliorant les relations interpersonnelles et la coopération

### MODALITÉS DE LA SESSION D'EXAMEN

- Evaluations en cours de formation (ECF)
  - Remise d'un dossier professionnel au plus tard le jour de l'examen
  - Présentation à l'oral devant un jury professionnel d'un projet réalisé en amont de la session (30')
  - Entretien technique oral avec le jury professionnel (15')
- **Durée totale de l'examen pour le CCP RNCP38575BC02 ( CCP2 « Mettre en œuvre l'objet social de la structure » du titre RNCP38575 : TP 00169 – Responsable de petite ou moyenne structure » : 45 min**

L'ensemble du Titre Professionnel de niveau 5 de « Responsable de petite ou moyenne structure » – RNCP38575 – peut être acquis par capitalisation des 3 Certificats de Compétence Professionnelle (CCP) :

- CCP1 : « Diriger une structure avec une équipe »
- CCP2 : « Mettre en œuvre l'objet social de la structure »
- CCP3 : « Etablir et présenter un rapport d'activité de la structure »



## CERTIFICATION

La réussite à l'examen permet de valider le CCP (Certificat de Compétence Professionnelle) « RNCP38575BC02 – Mettre en œuvre l'objet social de la structure » de la fiche RNCP38575 : TP 00169 – Responsable de petite ou moyenne structure

Certificateur : Ministère du Travail

### MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

- Formation-action incluant une approche réflexive, le participant est invité à analyser ses propres expériences
- Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques
- Études de cas
- Mises en situation et entraînement des participants

### MOYENS MIS À DISPOSITION

- Executive center : espace dédié à la formation continue
- Salles de cours équipées de tableaux interactifs
- Accès WIFI
- Accès aux ressources documentaires ICN

### Contact

Estelle RECCHIA  
+33 6 25 11 09 61  
executive@icn-artem.com

