

Élaborer une stratégie marketing communication

Certification Chargé de marketing et communication sur le bloc 1

Salariés et demandeurs d'emploi

Le succès en marketing réside en la capacité à comprendre le marché, à définir un ciblage efficace, à savoir utiliser les canaux de communication adaptés, à prendre des décisions éclairées. Se former à l'élaboration de stratégie marketing et communication est essentielle pour tout professionnel du marketing désireux de rester compétitif dans un environnement en constante évolution. Ainsi vous assurerez la croissance et la pérennité de l'entreprise.

Les objectifs

- **Effectuer une étude de marché**
 - **Gérer un plan de collecte de données**
 - **Intégrer le RSE dans la démarche marketing**
 - **Matérialiser le Mix Marketing**
-

Métiers visés

-  Chargé de marketing / communication
 -  Chef de projet marketing / communication
 -  Responsable marketing /communication
 -  Assistant marketing / communication
 -  Community manager
 -  Junior marketing manager
-

Nous vous accompagnons vers la réussite



Chargé de Marketing & Communication - Niveau 6

Certification sur le bloc 1 du titre Chargé de marketing et communication
En savoir plus sur le titre [RNCP 37786](#)



Tutorat

1 Tuteur expérimenté pour vous accompagner dans votre parcours de formation.



Durée

92h de formation dont 40 heures pour la préparation et le passage du diplôme



Projets professionnalisants

Apprenez les compétences clés de votre futur métier en validant des projets tirés de cas concrets d'entreprises.

Une formation flexible 100% en ligne



Démarrez votre nouvelle carrière en vous formant à votre rythme.



Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite.



Contenus de formation diversifiés et engageants (infographie, vidéos, audio).

Découvrez le programme

Swot, Pestel, Porter

- Maîtriser la matrice PESTEL pour identifier les éléments macro-environnementaux.
- Analyser les forces concurrentielles avec la matrice de Porter.
- Utiliser la méthode SWOT pour classer les éléments du micro et macro-environnement.

Réaliser une veille

- Comprendre le processus de veille de marché pour suivre les évolutions concurrentielles et technologiques.
- Utiliser des outils d'automatisation (Google Alerts, Inoreader) pour analyser les données.
- Mettre en place une stratégie de veille en lien avec la stratégie marketing.

Études qualitatives et quantitatives

- Différencier les études qualitatives et quantitatives, leurs méthodologies et conditions de réalisation.
- Savoir identifier des sources d'information pertinentes pour réaliser des études adaptées aux besoins du projet.

Identifier l'environnement (sociétal, concurrentiel, international)

- Intégrer la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) dans les stratégies marketing.
- Proposer des stratégies pour réduire l'empreinte carbone dans les actions marketing tout en respectant les principes de durabilité.

Le produit

- Comprendre les termes clés du marketing tels que "offre produit" et "performance".
- Expliquer les avantages de la différenciation pour une entreprise (produit, image, service, packaging).

Communication

- Identifier les différents types de communication (marketing, corporate, interne) et leurs cibles.
- Analyser les outils de communication offline et online (SEO, SEA, réseaux sociaux) pour élaborer une stratégie de communication adaptée.

Concurrence

- Utiliser les 5 forces de Porter pour analyser la concurrence et définir des avantages compétitifs.
- Réaliser une analyse concurrentielle approfondie en utilisant des outils comme la matrice BCG.

Le prix

- Comprendre l'impact de la perception du prix par le consommateur et établir une politique de prix adaptée à la concurrence.
- Calculer les coûts directs et indirects pour définir un prix optimal.

La distribution

- Identifier les types de distribution (vente directe, circuit court/long, hypermarché) et leur impact sur les stratégies commerciales.
- Comprendre l'importance du merchandising et du marketing visuel pour améliorer l'attractivité des points de vente.

Le client

- Définir et utiliser les personas dans la communication en ligne.
- Maîtriser la segmentation marketing et le scoring pour adapter les campagnes aux différents segments clients.

Positionnement

- Maîtriser le concept de positionnement en marketing, en utilisant les 4P (Produit, Prix, Place, Promotion) pour valoriser une offre et la distinguer de la concurrence.
- Aligner son positionnement avec les valeurs de l'entreprise
- Réaliser le mapping de son positionnement

Analyser la data obtenue

- Nettoyer, transformer et modéliser les données avec les outils de Data Analysis.
- Utiliser la veille pour établir des liens statistiques significatifs et nourrir les décisions de l'organisation.

Accessibilité numérique

- Définir l'accessibilité numérique et identifier les bonnes pratiques pour inclure les personnes en situation de handicap.
- Auditer les outils numériques pour améliorer l'accessibilité selon les normes RGAA.

Notre offre de parcours

Standard



1 000,00 €

- 52 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)

Certifiant



2 200,00 €

- 92 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)
- Titre préparé : certification sur le bloc 1 du titre Chargé de marketing et communication - RNCP37786 - niveau 6
- 2 RDV de 20 min de tutorat synchrone et individuel
- Des projets professionnalisants
- Passage de la certification

Premium



2 350,00 €

- 92 heures de formation (théorie + cas pratique)
- Accompagnement pédagogique personnalisé au service de votre réussite
- Tutorat asynchrone (mail)
- Titre préparé : certification sur le bloc 1 du titre Chargé de marketing et communication - RNCP37786 - niveau 6

- 2 RDV de 20 min de tutorat synchrone et individuel
 - Des projets professionnalisants
 - Passage de la certification
 - 1 Session de 20 min de tutorat synchrone individuel
-

Informations complémentaires

Suivi et évaluation

- L'assiduité de la formation est réalisée via les évaluations qui jalonnent la formation.
- La formation est évaluée en fin de formation via des QCM et des études de cas.
- La formation est sanctionnée par la délivrance d'une attestation de suivi de formation.

Public et pré-requis

- Public : tout public
- Prérequis :
- Pour accéder à la formation : maîtrise de l'utilisation d'Internet (télécharger des documents sur votre disque dur, regarder des vidéos, consulter vos mails), disposer d'un ordinateur ou d'une tablette avec audio, utilisation courante de Word et Excel, rédaction de contenus argumentés pour des cas pratiques.
- Pour accéder à la certification : disposer d'un post-bac +2, ou du bac en justifiant, en sus, d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans les domaines du marketing, de la vente ou de la communication. Pour ce faire, un dossier de candidature devra être présenté au service des inscriptions.

Travaux à réaliser

- Dans la cadre de la formation, vous devez réaliser des études de cas et QCM
- Dans le cadre de la certification, vous devez réaliser 1 étude de cas écrite avec oral devant un jury.

Référent handicap

[En savoir plus.](#)

Assistance pédagogique

- **Responsable pédagogique :**

Audrey Pinsault

- Support réactif et efficace
- Si vous rencontrez un problème urgent nous ferons notre possible pour vous répondre dans les 48h.
- Nous sommes disponibles du lundi au vendredi de 9h à 17h.
- Un tuteur disponible pour répondre à vos demandes ainsi qu'une assistance technique
- Une messagerie (contact@youwebformation.com)
- Une hotline (0285295900)

Certification

Cette formation vise la certification sur le bloc 1 du titre **Chargé de marketing et communication** de Ascencia Paris La Défense, de **niveau 6**, codes NSF 312/320, enregistrée au **RNCP** sous le numéro [37786](#) par décision de France Compétences en date du 19/07/2023.

Cette formation est certifiante sur 1 bloc de compétences par le titre de :

- RNCPBC01 : Contribution à l'élaboration de la stratégie marketing et communication.

Code RNCP : [37786](#)
