



Management  
Commerce

# Bac +3 RESPONSABLE MARKETING OPERATIONNEL

LE PLUS ISP : Mise en place d'une stratégie marketing  
pour des entreprises partenaires

Formation en 1 an, titre professionnel, certifié par l'État « Responsable Marketing Opérationnel » de niveau II (JO du 29/11/2014) dont C3 Institute est propriétaire et certificateur.

## Le métier

*Option Management*

Le responsable marketing opérationnel est chargé d'élaborer et de proposer à sa direction les grandes lignes de la stratégie commerciale de l'entreprise. Pour cela, il recueille les informations sur les attentes des clients et sur la concurrence. Toujours à l'écoute de l'évolution du marché et des informations collectées sur le terrain, le Responsable Marketing réalise des analyses marketing pointues.

Le Responsable Marketing Opérationnel analyse les ventes et donne les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit. Il participe à la définition du plan marketing (catalogues, études de marché, argumentaires...) et il contribue à l'élaboration de la stratégie produit et image de marque. À partir de ces études, il a pour rôle de déceler et d'évaluer les opportunités du marché et d'établir un plan d'action. Parallèlement à ces compétences d'analyse et de synthèse, le Responsable Marketing doit posséder des compétences financières et juridiques, maîtriser l'informatique de gestion.

## Objectifs

- Participer à la définition des objectifs commerciaux mais aussi stratégiques. Appliquer également le plan marketing élaboré en collaboration avec la direction générale.
- Acquérir sur un poste d'encadrement, la maîtrise des techniques de management et des outils marketing stratégiques et opérationnels.

## Déroulé et contenu de la formation

### ANALYSE DES MARCHÉS - U1

Veille concurrentielle  
Diagnostic et stratégies marketing  
Études et recherches marketing  
Comportement du consommateur et du e-shopper

### DÉVELOPPEMENT DES VENTES - U2

Négociation et gestion de portefeuille - CRM  
Marketing relationnel - viral  
Marketing direct  
Droit du marketing

### MIX MARKETING - U3

Produits et marques  
Politique de distribution merchandising  
Communication et plans média  
Politique de prix  
Développement international

### OUTILS DE PILOTAGE - U4

Organisation et planification  
Management de projet  
Management d'équipe  
Prévisions des ventes

### VALORISATION D'IMPACT - U5

Définition et acteurs du ROI / Fondamentaux de l'évaluation  
Mesure de la performance / efficacité / efficacité / tableaux de bord  
Analyse des coûts  
Communication écrite et orale

### STRATÉGIE E-COMMERCE - U6

Environnement du Digital  
Outils de développement du e-commerce  
Stratégie multi canal/ crosscanal  
Gestion de projets e-commerce

ENSEIGNEMENTS TRANSVERSES : Anglais – Informatique

Conditions d'admission: BAC+2, licence ou DUT. Passage du concours d'entrée et entretien.