

Marketing stratégique

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **Le Responsable Marketing Stratégique peut intervenir dans divers secteurs d'activités : Agroalimentaire / Banque / Assurance / Imprimerie / BTP / Matériaux de construction / Chimie / Parachimie / Commerce / Négoce / Distribution / Édition / Communication / Multimédia / Électronique / Études et conseils / Industrie pharmaceutique / Informatique / Télécoms / Automobile / Services aux entreprises / Textile / Habillement / Chaussure Transports / Logistique...**

Le Responsable Marketing Stratégique exerce aussi bien en TPE que dans les grandes entreprises. Il peut aussi intervenir dans les agences de conseil en marketing et communication.

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **312**

Code(s) ROME : **M1703**, **M1702**, **M1707**, **M1705**

Formacode : **34052**

Date de création de la certification : **01/01/2009**

Mots clés : **WEBMARKETING**, **Pilotage projet**, **Optimiser la performance**, **stratégie**

Identification

Identifiant : **1349**

Version du : **14/02/2019**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **N/A**

Non formalisé :

■ **N/A**

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Cette certification apporte aux responsables marketing des outils et méthodes pour développer un pilotage performant, augmenter l'efficacité de leurs actions marketing et développer leurs avantages concurrentiels. La certification valide les acquis des participants et atteste de la maîtrise de l'activité et de l'élaboration d'une stratégie marketing différenciante qu'implique au quotidien la fonction de responsable marketing stratégique.

A l'issue de cette certification, les participants seront en mesure d'élaborer une stratégie marketing différenciante et de réussir dans votre fonction de directeur marketing.

Les objectifs sont les suivants :

Connaître les principaux modèles d'analyse et de formalisation stratégiques.
Identifier les meilleures pratiques et les innovations.
Mettre en œuvre, exécuter et piloter une stratégie marketing.
Développer un pilotage performant
Augmenter l'efficacité des actions marketing

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Aucun

Descriptif général des compétences constituant la certification

Etablir un diagnostic stratégique, évaluer le potentiel d'un marché pour comprendre les besoins des clients
Détecer des opportunités de développement
Segmenter son marché
Définir sa stratégie et son positionnement marketing
Créer et lancer des offres marketing différenciantes
Adapter son mix-marketing au marché : produits et services, prix, distribution, soutien promotionnel
Ajuster un mix existant en fonction du cycle de vie d'un produit / services ou de la concurrence
Bâtir une stratégie de communication
Concevoir une stratégie marketing multicanal
Evaluer la rentabilité prévisionnelle d'un projet
Animer une équipe projet pour contribuer à sa réussite
Construire un business plan
Exprimer et faire adhérer à des idées fortes
Dresser un diagnostic stratégique : formalisation, exécution et pilotage

Modalités générales

La certification est accessible en inter et en intra-entreprises.

La durée de la formation peut aller jusqu'à 150 heures.

Les modalités pédagogiques peuvent être présentiellles ou distancielles (modules e-learning, classes virtuelles...) ou toute modalité pédagogique adaptée à l'acquisition des compétences de la certification.

Liens avec le développement durable

Aucun

Public visé par la certification

- Directeurs de Business Unit, Directeurs et responsables marketing, Directeurs et responsables communication, Directeurs commerciaux
- Tout salarié en reconversion professionnelle dans le secteur du marketing stratégique
- Demandeurs d'emploi

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

La certification Marketing stratégique permet aux participants soit de valider des acquis déjà présents tout en perfectionnant leur approche du métier, soit de prendre pleinement conscience du poste qu'ils sont en train de s'approprier en balayant précisément les différentes composantes de ce métier. Cette certification peut être un premier pas vers une VAE potentielle. Les personnes souhaitant se reconvertir ou en recherche d'emploi accroissent leur employabilité, leur CV se trouve ainsi enrichi de compétences nouvelles en prenant en compte les avancées les plus récentes du marketing ainsi que

Pour l'entité utilisatrice

Pour les entités utilisatrices le passage de la certification Marketing stratégique garantit la montée en compétences des salariés (respect de l'obligation légale de maintien dans l'employabilité) et GPEC avec potentialité de mise en place d'une mobilité interne pour les profils concernés par la certification. La reconnaissance de la valeur de ses salariés (climat social) dans un secteur qui doit s'adapter à l'évolution des tendances, des technologies et des avancées fréquentes du secteur du marketing.

les spécificités du marketing stratégique notamment les aspects de pilotage et de performance de la stratégie marketing.

Evaluation / certification

Pré-requis

Le participant doit avoir des connaissances en marketing et 3 années minimum d'expérience minimum en marketing

Compétences évaluées

Etablir un diagnostic stratégique, évaluer le potentiel d'un marché pour comprendre les besoins des clients

Détecter des opportunités de développement

Segmenter son marché

Définir sa stratégie et son positionnement marketing

Créer et lancer des offres marketing différenciantes

Adapter son mix-marketing au marché : produits et services, prix, distribution, soutien promotionnel

Ajuster un mix existant en fonction du cycle de vie d'un produit / services ou de la concurrence

Bâtir une stratégie de communication

Concevoir une stratégie marketing multicanal

Evaluer la rentabilité prévisionnelle d'un projet

Animer une équipe projet pour contribuer à sa réussite

Construire un business plan

Exprimer et faire adhérer à des idées fortes

Dresser un diagnostic stratégique : formalisation, exécution et pilotage

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Aucun.

Centre(s) de passage/certification

- <http://www.ism.fr/>

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences.

Plus d'informations

Statistiques

11 certifiés en 2018.

Autres sources d'information

Programme de la certification sur le site internet de l'Institut Supérieur du Marketing

: <http://www.ism.fr/formation/parcours-certifiant-responsable-marketing-strategique.html>