Responsable marketing et communication

Bachelor webmarketing et social média (2e et 3e année en apprentissage)

Certifiante | Contrat appr. | Contrat pro. | Formation continue

Réf. : 25181158F — Mise à jour : 27 octobre 2026

Organisme responsable : **AFTEC VANNES**

Présentation de la formation

Objectifs

Compétences attestées :

Compétences pour contribuer à l'élaboration d'une stratégie marketing et communication pour un produit/service ou une gamme

- Mettre en place un processus de veille sectorielle et concurrentielle en sélectionnant les sources online et offline adaptées à la stratégie et au périmètre d'activité de l'entreprise pour déterminer les tendances actuelles et futures du marché et organiser l'information en vue de son exploitation
- Réaliser une étude de marché en utilisant une démarche s'appuyant sur les résultats de la veille pour comprendre le fonctionnement du secteur et connaître l'ensemble des acteurs afin d'identifier les segments de clientèle BtoB et BtoC les plus rentables pour l'entreprise
- Construire des personas de la clientèle ciblée en approfondissant l'étude des segments de marché retenus pour concevoir une offre adaptée et distinctive
- Proposer une stratégie marketing et communication en définissant ses objectifs, les actions à conduire et leur méthode de mise en œuvre pour atteindre les objectifs de vente fixés par la direction
- Elaborer le plan d'action marketing et communication en déterminant les éléments du mix adaptés à la stratégie définie par la direction pour se positionner sur le marché et développer le portefeuille client
- Définir la ligne éditoriale de la stratégie de communication en fixant les objectifs, le type et le sujet des contenus, les champs sémantiques, la fréquence des publications, les supports de diffusion, le circuit de promotion, pour garantir la cohérence et l'attrait du message en fonction de la cible choisie
- Calculer le montant des investissements nécessaires à la réalisation du plan marketing et communication en recensant les postes de dépenses et en tenant compte des ressources financières, humaines et matérielles de l'entreprise pour construire un budget permettant d'atteindre les objectifs fixés

Compétences pour mettre en oeuvre et assurer le déploiement de la stratégie marketing communication au sein des services concernés

- Elaborer un plan d'actions opérationnelles de marketing et communication en planifiant les actions commerciales et marketing et les ressources associées nécessaires à leur mise en place pour déployer la stratégie marketing et communication auprès des acteurs concernés
- Déterminer les éléments du produit ou service à mettre en valeur (nature de produit ou service, marque, prix, distribution …) en respectant le positionnement et les objectifs fixés pour construire un merchandising omnicanal différenciant de la concurrence
- Identifier les différents types de vente employées au sein de l'entreprise (BtoB, BtoC, ventes classiques, complexes, appel d'offres …) ainsi que les grandes étapes et les jeux d'influence pour construire un ou plusieurs argumentaires de vente adaptés permettant d'anticiper les arguments et objections

Programme

-

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Niveau Bac général, pro ou techno, BP

Niveau de sortie

Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4

Liste des certifications

Responsable marketing et communication

Code RNCP : 38131

Métiers associés

M1805 — Études et développement informatique

M1704 — Management relation clientèle

M1705 — Marketing

M1706 — Promotion des ventes

M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2092063S	Présentiel	Plescop	04/09/2026	31/08/2029
2094946S	Présentiel	Plescop	04/09/2026	31/08/2029

Source : GREF Bretagne #25181158F