Responsable de la performance commerciale et du marketing digital

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

Réf. : 25181208F — Mise à jour : 11 février 2026

Organisme responsable : **ESUP GROUP - Vannes**

Présentation de la formation

Objectifs

- Recueillir les informations pertinentes et étudier le marché de l'entreprise par une approche multicanale en vue de comprendre les besoins et attentes des clients potentiels et de surveiller la concurrence
- Segmenter le marché de l'entreprise en groupes homogènes, cibler et évaluer l'intérêt de chaque segment, trouver un positionnement adapté pour permettre un développement différencié sur chaque segment
- Analyser le comportement du consommateur cible à l'ère digitale pour comprendre les besoins, prévoir les tendances, améliorer l'expérience client, se différencier de la concurrence
- Définir le plan marketing opérationnel respectant les orientations stratégiques dans une logique éthique et responsable
- Analyser les tendances et mettre en place un processus de veille digital pour anticiper le lancement de nouveaux produits
- Détecter des marchés potentiels et mettre en place une stratégie et un plan de lancement de nouveaux produits appuyés sur le design thinking intégrant dès l'amont la notion de conception universelle dans la réflexion sur le produit ou service
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale intégrée et adaptée, basée sur un audit exhaustif de l'appropriation du Web par l'entreprise, visant à renforcer la présence en ligne de l'entreprise par une image de marque cohérente et une approche inbound marketing et data driven
- Intégrer l'ia dans les stratégies marketing diigtal (utiliser l'ia pour analyser les données et pour l'analyse prédictive, personnaliser les campagnes marketing, chatbots et assistants virtuels, automatiser les campagnes, gérer les réseaux sociqux),
- Analyser et optimiser l'expérience client en vue d'accroitre la satisfaction et améliorer la fidélisation et mettre en place des parcours mixtes : showrooming et ROPO
- Définir une identité de marque et définir la stratégie de communication
- Assurer la promotion de l'offre en établissant un plan de communication omnicanal et en sélectionnant des supports de communication adaptés à l'entreprise, à la cible et aux produits
- Développer le marketing événementiel pour promouvoir la marque ou le produit
- Traduire les orientations stratégiques en plans commerciaux opérationnels permettant de définir les objectifs commerciaux et planifier les actions
- Elaborer et mettre en œuvre des stratégies de prospection et de fidélisation multicanales, intégrant le social selling, pour l'expansion, la diversification et la pérennisation du portefeuille clients
- Vendre et négocier des contrats en utilisant un plan précis et en intégrant les marges de négociation en langue française et anglaise
- Après avoir défini les objectifs, construire des tableaux de bord appuyés une sélection de KPI pertinents permettant de suivre et piloter la performance commerciale

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée	Niveau de sortie

Niveau BTS - Bac +2

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

Liste des certifications

Responsable de la performance commerciale et du marketing digital

Code RNCP : 40248

Métiers associés

E1101 — Animation de site multimédia

M1703 — Management et gestion de produit

M1704 — Management relation clientèle

M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2092126S	Présentiel	Vannes	01/10/2026	17/07/2027
2110215S	Présentiel	Vannes	01/10/2026	17/07/2027

Source : GREF Bretagne #25181208F