Manager des stratégies communication marketing

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

Réf. : 25181276F — Mise à jour : 19 octobre 2026

Organisme responsable : **ECOFAC BUSINESS SCHOOL RENNES RHADAMANTE**

Présentation de la formation

Objectifs

C1.2. Evaluer la symbolique du capital marque dans son univers concurrentiel en commanditant des enquêtes de satisfaction consommateurs pour mesurer sa valeur ajoutée de la marque et le degré d'attachement suscité.

- C1.1. Réaliser un audit stratégique de la marque en analysant ses forces et ses faiblesses et en mettant en exergue les opportunités et les menaces du secteur pour situer la marque dans son environnement concurrentiel et identifier les perspectives de développement commercial.
- C1.3. Définir le positionnement communication et marketing de la marque en tenant compte de son identité et en identifiant des axes de différenciation, d'attractivité et de crédibilité pour répondre aux objectifs stratégiques de l'organisation.
- C1.4. Construire le marketing-mix de la marque en veillant à la cohérence des directives opérationnelles envisagées quant aux objectifs commerciaux poursuivis pour promouvoir la marque et accompagner son développement commercial.
- C1.5. Elaborer la plateforme de marque en définissant l'histoire, la promesse, les codes graphiques, les valeurs et les engagements de la marque en y intégrant une dimension sociale et environnementale pour façonner son identité.
- C2.1. Concevoir, en collaboration avec la direction des systèmes d'information, un système de collecte des données clients et prospects de la marque dans le respect du cadre légal et réglementaire pour élaborer une base qualifiée et ainsi améliorer la connaissance des cibles visées.
- C2.2. Elaborer un référentiel client unique en exploitant et en compilant l'ensemble des bases de données disponibles au sein de l'organisation pour optimiser l'impact des actions CRM mises en œuvre.
- C2.3. Anticiper et sécuriser les points de contact consommateur au sein du parcours d'achat en identifiant les risques de rupture et en déployant des solutions adaptées pour garantir le passage à l'acte.
- C2.4. Mesurer l'efficacité des stratégies communication marketing déployées en structurant les activités de reporting et en analysant les résultats autour d'indicateurs de performance adaptés pour accompagner le développement commercial de la marque.
- C3.1. Elaborer la stratégie marketing communication cross-canal de l'organisation en formalisant le plan communication marketing pour répondre aux objectifs commerciaux de l'organisation et créer de la valeur pour la marque.
- C3.2. Coordonner la stratégie éditoriale de l'organisation en définissant la charte et la ligne éditoriales des supports de communication pour garantir l'homogénéité des contenus produits et leur cohérence avec la stratégie de la marque.

Programme

-

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée	Niveau de sortie
Sans niveau spécifique	**Niveau Master, ingénieur - Bac +5 et plus**

Liste des certifications

Manager des stratégies communication marketing

Code RNCP : 41449

Métiers associés

E1103 — Communication

E1107 — Organisation d'évènementiel

M1402 — Conseil en organisation et management d'entreprise

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2092222S	Présentiel	Cesson-Sévigné	01/09/2026	30/06/2028
2140104S	Présentiel	Cesson-Sévigné	01/09/2026	30/06/2028

Source : GREF Bretagne #25181276F