Manager des stratégies marketing et communication

Certifiante | Contrat appr.

Réf. : 25189503F — Mise à jour : 26 novembre 2025

Organisme responsable : **ASSOCIATION SUP DE VINCI - CFA**

Présentation de la formation

Objectifs

- Organiser un système de veille stratégique sur l'environnement de la marque.
- Evaluer l'impact des tendances repérées dans l'environnement de la marque.
- Piloter la réalisation d'études qualitatives et quantitatives associant l'exploitation de données massives internes ou externes.
- Interpréter les résultats des études produites, en mobilisant les méthodes, matrices et modèles d'analyse adéquats.
- Analyser le positionnement et l'identité de la marque.
- Clarifier le positionnement et la proposition de valeur de la marque incluant ses engagements sur les plans éthique, sociétal et environnemental.
- Fixer les objectifs assignés à la stratégie marketing communication sur les plans qualitatifs et quantitatifs.
- Déterminer le cœur de cible et les cibles secondaires de la marque, en les caractérisant selon des critères descriptifs, socio-comportementaux, intentionnistes et affinitaires.
- Définir le ou les axe(s) de communication à privilégier exprimant la proposition de valeur de la marque et déclinant ses engagements sur le plan de la RSE.
- Choisir les canaux, modalités de communication et outils associés selon une approche omnicanal et favorisant l'exploitation des nouvelles technologies.
- Evaluer l'opportunité et l'intérêt des actions déclinant la stratégie marketing communication.
- Etablir la projection financière de la stratégie marketing communication à conduire.
- Elaborer ou valider l'élaboration des documents de référence – cahier des charges, brief… – cadrant la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication.
- Organiser globalement la mise en œuvre des actions déclinant la stratégie marketing communication.
- Constituer les équipes internes impliquées dans la réalisation des actions déclinant la stratégie marketing communication.
- Animer l'écosystème des parties prenantes impliquées dans la réalisation des actions marketing communication, en mettant en œuvre un management de type collaboratif propice à l'innovation et contribuant à l'expression des talents individuels et l'émergence de l'intelligence collective.
- Gérer le portefeuille de prestataires et fournisseurs participant à la réalisation des actions de communication, en vérifiant l'alignement de leurs pratiques avec les engagements RSE de la marque et en entretenant avec eux des relations pérennes et équilibrées.
- Organiser la mesure de l'impact de la stratégie marketing communication entreprise, en déterminant les données, critères et indicateurs de performance clés permettant d'en mesurer la portée (taux d'engagement, ROI…), ainsi que les outils digitaux associés.
- Interpréter les métriques restituant les résultats de la stratégie marketing communication entreprise, en utilisant des outils d'analyse et de visualisation digitalisés.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Aucun prérequis

Niveau de sortie

Sans niveau spécifique

Liste des certifications

Manager des stratégies marketing et communication

Code RNCP : 38504

Métiers associés

E1103 — Communication

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2137389S	Présentiel	Rennes	01/09/2026	10/07/2028

Source : GREF Bretagne #25189503F