Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale

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

Réf. : 26213851F — Mise à jour : 12 octobre 2026

Organisme responsable : **ESUP GROUP - Vannes**

Présentation de la formation

Objectifs

Le Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale pourra évoluer au sein des PME tous secteurs confondus, qui ont un besoin crucial de faire évoluer leur stratégie marketing et commerciale vers le numérique avec une carence très forte de compétences en interne. Dans les PME, le titulaire bénéficie d'une large autonomie et a pour mission d'accompagner l'entreprise dans une stratégie et une démarche commerciale multicanale, utilisant largement les technologies digitales (webmastering, référencement, e-commerce, social selling, community management). Il a une fonction centrale de stratégie produit, marque et approche client. Il est souvent amené à participer directement à l'activité commerciale.

Dans les plus grandes structures, le manager pourra intégrer les départements marketing, commerciaux ou e-commerce. Il peut également exercer en agence marketing, de communication ou Web en tant que consultant spécialiste. Les métiers associés peuvent concerner autant le secteur privé que le secteur public dans lequel les besoins de développement digital se font également fortement ressentir. Dans les structures plus importantes, la polyvalence du manager et sa maitrise du marketing et du commercial dans un environnement digital lui permettent d'occuper des postes évoluant vers une responsabilité dans le domaine commercial traditionnel ou multicanal, dans le domaine marketing et dans le développement digital.

Programme

- Analyser le comportement du consommateur dans la nouvelle économie , conduire un diagnostic stratégique de l'entreprise ou de ses DAS et adapter les orientations stratégiques en segmentant le marché identifié.
- Organiser un processus de veille utilisant les nouvelles technologies - Mettre en place une stratégie d'innovation et un plan de lancement de nouveaux produits, analyse du portefeuille d'activité et choix de nouvelles aires de business
- Réaliser un audit concernant l'appropriation du digital par l'entreprise
- Développer une stratégie digitale adaptée à l'analyse de la situation réalisée.
- Auditer l'expérience client en identifiant et diagnostiquant les points de rencontre de l'entreprise et de ses clients. Créer et utiliser des indicateurs de performance de l'expérience client. Intégrer l'IA.
- Définir une stratégie de communication omnicanale s'intégrant dans la stratégie marketing générale.
- Identifier les forces et faiblesses de l'entreprise sur les réseaux sociaux, les menaces et les opportunités, les tendances et la position de la concurrence.
- Contribuer à la mise en place d'une démarche RSE au sein de l'entreprise. Intégrer la RSE dans une stratégie de marketing responsable. Déploiement d'une stratégie marketing transparente éthique et responsable. Connaitre et éviter le green washing.
- Traduire les orientations stratégiques en plans commerciaux opérationnels
- Développer un plan de prospection multicanal adapté au produit et au marché - Mettre en œuvre une stratégie de négociation complexe - Développer une stratégie de suivi/fidélisation client multicanale.

- Mettre en place les indicateurs de rentabilité adaptés aux produits et à l'unité commerciale en élaborant des tableaux de bord de gestion commerciale, administrer ces tableaux et tirer des conclusions en vue d'assurer un pilotage efficace de l'activité commerciale
- Mettre en place une stratégie de social selling la plus adaptée à la situation de l'entreprise.
- Construire une vue unique et centrale de ses clients, scénariser la relation client, segmenter ses clients et assurer le suivi de leur parcours d'achat en s'appuyant sur une ecrm.
- Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral dans un contexte professionnel en utilisant le vocabulaire professionnel des affaires, du marketing et du digital afin de comprendre et se faire comprendre dans une relation commerciale, digitale ou managériale.
- Définir une stratégie de développement de projet digital
- Créer un site et son arborescence, assurer son hébergement, enregistrer un nom de domaine. - Publier et mettre à jour des pages Web
- Développer l'ergonomie du site et intégrer l'UX.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée
Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4

Niveau de sortie
Niveau Master, ingénieur - Bac +5 et plus

Liste des certifications

Manager de la stratégie digitale marketing et commerciale
Code RNCP : 41475

Métiers associés

E1104 — Conception de contenus multimédias
M1703 — Management et gestion de produit
M1704 — Management relation clientèle
M1705 — Marketing
M1707 — Stratégie commerciale

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2331903S	Présentiel	Vannes	01/10/2027	07/07/2029
2417721S	Présentiel	Vannes	01/10/2027	07/07/2029
2417722S	Présentiel	Vannes	01/10/2027	07/07/2029

Source : GREF Bretagne #26213851F