

PROGRAMME DE LA  
FORMATION  
« MANAGER DE LA STRATÉGIE  
MARKETING 360 »

# 1<sup>ÈRE</sup> ANNÉE : SEMESTRE 7

## Bloc 6 : DEVELOPPEMENT DU RESEAU PROFESSIONNEL

1. Création d'outils commerciaux (PPT, OAV, Prezi, Canva, ...)
2. Développer son personal branding (LinkedIn)
3. Relations publiques et réseaux d'influences
4. Développer l'image et le rayonnement de la marque
5. Intelligence émotionnelle du commercial (au service du client)
6. Développement personnel et gestion de carrière commerciale
7. Manager responsable : lier RSE à son « core business »
8. Krisis

## TRAVAUX PROFESSIONNEL

1. Atelier recherche / Mémoire professionnel partie 1

## Bloc 1 : ELABORATION DE LA STRATEGIE MARKETING OMNISCANALE

1. Méthodologie de veille et benchmark
2. Identifier et cartographier les besoins de données relatives aux parties prenantes de l'entreprise
3. Droit du digital
4. Piloter, sécuriser et exploiter un système d'information
5. La data au cœur de la stratégie marketing digitale
6. Business intelligence : contrôle et décision
7. Identifier les enjeux et formaliser la stratégie marketing et digitale
8. Temps fort : Booster

## HORS BLOC DE COMPETENCES

1. Business English

## Bloc 2 : CONCEPTION ET PLANIFICATION DE LA STRATEGIE MARKETING OMNISCANAL

1. Concevoir son offre marketing omniscanale
2. Piloter les méthodes d'intelligence créative au service de la proposition de valeur
3. Formaliser une proposition de valeur différenciante et innovante
4. Piloter les budgets du plan d'action marketing omniscanal
5. Coopération
6. Management de projet de la transformation digitale
7. Management des impacts, des processus et des projets

## TRAVAUX PROFESSIONNEL

1. Atelier recherche / Mémoire professionnel partie 1

### Bloc 5 : MANAGEMENT ET ANIMATION DES EQUIPES ET PROJETS

1. Design organisationnel et constitution d'équipes
2. Evaluer et faire grandir ses collaborateurs
3. Talent manager 1 : du sens à l'accompagnement
4. Talent manager 2 : accompagnateur du changement
5. Leadership
6. Gestion de projets commerciaux et outils de collaboration
7. Conduire et animer des réunions productives

### HORS BLOC DE COMPETENCES

1. Business English

### TRAVAUX PROFESSIONNEL

1. Atelier recherche / Mémoire professionnel partie 2

## Bloc 3 : PILOTAGE ET/OU MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS MARKETING OMNICALES

1. De l'audit digital à la modélisation du cahier des charges
2. Utiliser les outils de conception graphique
3. Inbound marketing
4. Création et gestion de CMS et CMS e-commerce
5. Optimiser sa stratégie de référencement naturel et payante
6. Community management et social média management
7. Growth hacking et automatisation du processus marketing et commercial
8. Web Analytics et métriques – google Analytics
9. Intelligence artificielle, web décentralisé au service de l'organisation
10. Data science

## Bloc 4 : EVALUATION ET OPTIMISATION DE LA STRATEGIE MARKETING OMNICALE

1. Evaluation de l'expérience interne et externe (Ux design de la transformation)
  2. Tableaux de bord au service du reporting - Collecter, contrôler, analyser et décider
  3. Reporting et communication des résultats
  4. Pilotage et optimisation de processus marketing
  5. Re-engineer business models
- 2 jours pour repenser son Business Model

## TRAVAUX PROFESSIONNELS

1. Simulation de gestion d'entreprise
2. Cas Pro 2
3. Mémoire professionnel partie 2
4. Soutenance finale