

Bac + 3 - Responsable de Développement Commercial - spécialisation Webmarketing



Diplôme d'Etat de Niveau II - Code NSF 312p

DATES

- Rentrée : Octobre 2020

DURÉE

1 an en alternance / 518 heures de formation en centre + 28 heures d'examen.

DISPOSITIF :

Contrat d'apprentissage - contrat de professionnalisation, CIF

GAP

Delphine TEYSSOT
06 81 84 91 73
d.teyssot@cret-cci.com

ALLER PLUS LOIN

Vous êtes en situation de handicap ?
Contacter notre référente :
Aurélie THAVEAU
04.92.21.51.92
a.thaveau@cret-cci.com

PUBLICS

Jeunes de moins 26 ans, demandeurs d'emploi, salariés, adultes en reconversion.

OBJECTIFS

Former des professionnels très qualifiés et parfaitement opérationnels, capables de piloter les actions commerciales d'une équipe, de mener directement et en autonomie des négociations avec les clients les plus importants. Soucieux de la rentabilité de leur centre de profit ou de leur business, ces professionnels exploitent les méthodes et les outils les plus modernes pour valoriser leur portefeuille et mener à bien les projets. Ils peuvent devenir animateur d'une petite équipe, chargé de clientèle, négociateur de grande surface, représentant, responsable de secteur, responsable des ventes, superviseur dans des métiers/secteurs diversifiés : agent/e général/e d'assurance, attaché commercial, chef/fe des ventes, agent immobilier, technico-commercial, vendeur/eue en magasin ...

PRÉ-REQUIS

Etre titulaire d'un BAC+2 ou d'un Titre homologué de niveau III avec une expérience professionnelle dans les fonctions commerciales.

PROGRAMME

Gérer et assurer le développement commercial - 133 h :

Conduite de projet. Veille du marché. Elaboration et analyse de tableaux de bord. Exploitation des données marketing au service de la stratégie commerciale. Elaboration d'un plan d'actions commerciales, d'un budget prévisionnel. Cross-canal. RSE.

Prospecter, Analyser les besoins et négocier une offre - 203 h :

Processus d'achat. Techniques comportementales/client. Analyse du risque client. La prospection. L'entretien de vente et la fidélisation de la clientèle. Contractualiser l'offre.

Manager une action commerciale - 91 h :

Les outils de gestion. Mettre en place une équipe projet. Animer une réunion. Affirmer son leadership. Evaluer et analyser les résultats d'un projet.

Webmarketing - 91h :

Comprendre l'environnement et les enjeux des nouveaux outils numériques, identifier les opportunités liées à leurs usages et les intégrer dans leur fonctionnement. Elaborer et organiser sa stratégie numérique. Savoir choisir les solutions « logicielles » et mettre en place les outils webmarketing adaptées aux enjeux et aux objectifs de son entreprise. Booster l'activité

- Obtention du diplôme : contrôle continu, examen de blocs, pratique professionnelle en entreprise (soutenance). Poursuite d'étude possible sur un Master ou une équivalence BAC+5
- Sélection : dossier de candidature (lettre de motivation + CV) avec tests/entretien.
- Possibilité de parcours Validation des Acquis de l'Expérience (VAE)