

RESPONSABLE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET MARKETING



BACHELOR

BAC +3



Intégrez le **Bachelor Développement Commercial & Marketing** et développez des compétences recherchées en stratégie, négociation et gestion de projet. Préparez-vous à booster la croissance des entreprises et à relever les défis du marché d'aujourd'hui et de demain.

LE PROCESSUS D'ADMISSION

- 1 - CANDIDATURE
 - 2 - ÉTUDE & VALIDATION DU DOSSIER
 - 3 - ENTRETIEN D'ADMISSION
 - 4 - ACCOMPAGNEMENT
- DANS VOS RECHERCHES

NIVEAU 6

Titre certifié de niveau 6 - Code NSF 312 - Fiche N° RNCP38025 Enregistré au RNCP le 22/09/2023 pour une durée de 3 ans - Certificateur : EDUCSUP

POURQUOI CHOISIR CETTE FORMATION ?

Le Bachelor Chargé de Développement Commercial et Marketing forme des professionnels capables de relever les défis commerciaux et marketing actuels. Les étudiants y acquièrent des compétences en marketing stratégique, communication omnicanale, gestion de projet, animation de réseau commercial et négociation. Le programme favorise le travail en équipe et le développement de solutions innovantes, avec des intervenants issus du secteur professionnel.

Les débouchés sont variés : commercial, chef de produit, responsable marketing, avec un taux d'emploi élevé. Le métier visé consiste à élaborer des stratégies commerciales et marketing innovantes, piloter des plans d'actions et conquérir de nouveaux marchés, en France comme à l'international. Les principales missions incluent la prospection de clients, l'analyse de marché, la négociation, la gestion de la relation client, la conception d'offres commerciales et le suivi des performances. Ce diplôme constitue une base solide pour évoluer dans le secteur ou poursuivre en master.

POURQUOI CHOISIR WESFORD ?



Plus de 30 ans d'expérience



Titres certifiés



Candidature gratuite



Accompagnement



Insertion professionnelle



Proximité

BLOC 1 : MISE EN OEUVRE D'UN PLAN MARKETING OMNISCANAL

- Etude de Marché et Marketing stratégique
- Comprendre les bases du marketing et analyser le marché
Réaliser un diagnostic stratégique (interne, externe, SWOT)
Segmenter, cibler, positionner et définir le mix marketing
Fixer des objectifs, suivre les résultats avec des KPI
- La communication omnicanale
- Définir la communication et ses canaux (média, hors média, digital)
Mettre en œuvre une stratégie de visibilité en ligne (SEO, SEA, content, réseaux sociaux)
Exploiter les outils e-commerce, comparateurs, affiliation
Analyser la performance digitale et optimiser l'expérience utilisateur
- Marketing opérationnel et Plan de Communication
- Mettre en œuvre un plan marketing (mix, objectifs, ROI)
Adapter l'offre, le prix et la distribution au marché
Suivre la performance avec des tableaux de bord
S'exercer via études de cas et cas pratiques

BLOC 2 - DEVELOPPER ET SUIVRE LES VENTES MULTICANALES

- Plan d'actions commerciales
- Piloter la force de vente en lien avec la stratégie marketing
Cibler les clientèles et planifier les actions commerciales
Gérer la relation client et développer les canaux de vente
- Prospection et Négociation commerciale
- Mettre en œuvre des techniques et outils de prospection commerciale
Conduire une négociation en B2B et B2C : préparation, prise de contact, découverte
Argumenter, traiter les objections et conclure efficacement l'entretien
Assurer le suivi de la relation commerciale après la négociation
S'entraîner à la négociation via des cas pratiques et des jeux de rôle
- Animation un réseau commercial
- Développer et animer un réseau commercial performant
Dimensionner et organiser la force de vente (sédentaire, itinérante, sectorisation)
Recruter les profils adaptés en interne ou externe
Définir la politique de rémunération des commerciaux et partenaires
Former la force de vente aux produits, services et à la stratégie commerciale
Concevoir des outils et argumentaires commerciaux efficaces
- Tableau de bord & Performance Commerciale
- Définir des KPI adaptés (retail, B2B, e-commerce)
Concevoir des tableaux de bord de suivi commercial

LE PROGRAMME :

Analyser les écarts et interpréter les résultats
Mettre en pratique via des cas en négociation et développement commercial

BLOC 3 : MANAGER UNE EQUIPE COMMERCIALE ET MARKETING

- GRH – Gestion des Ressources Humaines
- Découvrir les bases du management et de la gestion des ressources humaines
Gérer le recrutement, l'évaluation et la formation des collaborateurs
Mettre en place des outils RH : fiches de poste, entretiens, intégration
Définir la politique de rémunération
Suivre le climat social et piloter la performance RH avec des tableaux de bord sociaux
- Manager une équipe commerciale
- Animer et encadrer une équipe commerciale
Organiser les réunions et intégrer les retours terrain
Piloter la performance via objectifs, tableaux de bord et indicateurs
Utiliser un CRM pour gérer clients, produits et retours
Suivre les indicateurs de qualité du service client
- Environnement juridique (Droit du travail)
- Introduction au droit du travail
Le contrat de travail, rémunération et durée du travail
Représentation du personnel et négociation collective
Santé et sécurité au travail
- Communication interpersonnelle
- Renforcer la cohésion d'équipe et la performance par une communication efficace
Développer la connaissance de soi et des autres pour mieux collaborer
Pratiquer l'écoute active, l'empathie et une communication bienveillante
Prévenir les conflits et améliorer les relations interpersonnelles
Cultiver l'aisance relationnelle, la confiance en soi et le leadership
- Communication interculturelle
- Comprendre les modes de communication (verbale, non verbale) et surmonter les obstacles
Communiquer avec aisance, clarté et adaptabilité
Intégrer les notions clés de la communication interculturelle
Adapter son comportement selon les cultures et prévenir les malentendus
Développer un langage commun et des attitudes efficaces à l'international

Ils en parlent mieux que nous



COMMERCIAL ET MARKETING

BLOCS DE COMPÉTENCES...

	Mode
BLOC 1 : MISE EN OEUVRE D'UN PLAN MARKETING OMNISCANAL	Écrit / Oral
BLOC 2 : DÉVELOPPER ET SUIVRE LES VENTES MULTICANALES	Écrit / Oral
BLOC 3 : MANAGER UNE ÉQUIPE COMMERCIALE ET MARKETING	Écrit / Oral

MODALITÉS

- En Alternance : au rythme de 2 jours de cours par semaine et 3 jours en entreprise.
- En formule DÉCLIC : stages en entreprise obligatoires.
- En Formation Continue : VAE, Transition Pro, CPF...(nous consulter)

LES DÉBOUCHÉS

- Commercial
- Chargé de clientèle
- Chef de produit
- Business Developer
- Responsable des ventes
- Chef de produit

LES CONDITIONS

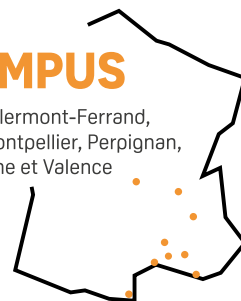
- Niveau scolaire : Être titulaire d'un BAC+2 (BTS, L2)
- Avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.

ET ENSUITE ?

- Entrée dans la vie active
- Poursuite d'études en BAC+5
- Inscription aux concours de la fonction publique cat. A
- Concours d'entrée en écoles de commerce

9 CAMPUS

Alès, Avignon, Clermont-Ferrand, Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan, Saint-Etienne et Valence



IFC ALÈS
04 66 30 40 92
ales@ifc.fr

IFC AVIGNON
04 90 14 15 90
avignon@ifc.fr

IFC MARSEILLE
04 91 32 19 29
marseille@ifc.fr

IFC MONTPELLIER
04 67 65 50 85
montpellier@ifc.fr

IFC NÎMES
04 66 29 74 26
nimes@ifc.fr

IFC PERPIGNAN
04 68 67 42 89
perpignan@ifc.fr

IFC ST ÉTIENNE
04 77 92 11 50
stetienne@ifc.fr

IFC VALENCE
04 75 85 36 44
valence@ifc.fr

WESFORD
CLERMONT-FERRAND
04 63 30 11 30
info@wesford-clermont.fr