

Eligible CPF

Bac+3

100% en ligne



**Durée estimée\*:**

150h  
4 mois



**Tarif pour les particuliers :**

1 490 € TTC



**Lieu :**

100% en ligne



**Démarrage :**

A tout moment de l'année



**Certification :**

Bloc de compétences  
Niveau 6  
(Bac+3)

En partenariat académique avec **ESG**

Maîtrisez les clés pour élaborer un plan de développement commercial à partir de la stratégie commerciale globale de l'entreprise !

**Vous serez capable de :**

- Réaliser une veille commerciale
- Contribuer à la définition des profils client type
- Contribuer à la définition de la stratégie marketing et commerciale
- Concevoir un plan d'action commercial

**Vous obtiendrez à l'issue de la formation :** (?)

✓ **Attestation reconnaissant l'acquisition d'un bloc de**

**compétences** ✖

Bloc de compétences "Elaborer un plan de développement commercial" du Titre RNCP "Responsable développement commercial" de ESG-ECOLES DE COMMERCE, niveau 6 enregistré au RNCP, sous le numéro RNCP36610, par arrêté du 11/07/2018 publié au Journal Officiel du 21/07/2018

✓ **Attestation de fin de formation**  &

**ESG**

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales

**Inclus dans votre formation :**

- Cours écrits et vidéos à la demande
- Accès illimité aux 4 000 cours du soir\* en direct et replay
- Accompagnement pédagogique personnalisé
- Projets professionnels
- Coaching carrière
- Accès illimité à Studi + pendant 2 ans
- Frais de dossier et d'inscription\*\*
- Garantie Réussite 2 ans et Garantie Diplômé ou Remboursé\*\*\*\*

\* Nombre moyen de cours du soir en direct observés sur les 12 derniers mois (organisés majoritairement à partir de 18h)

\*\* Hors Diplômes d'État et préparation aux concours

\*\*\* Sous réserve d'acceptation. Vous disposez d'un délai de rétractation. **Voir les conditions**

\*\*\*\* Voir les **CGV** Studi

\*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.

\*\* Voir les CGV Studi

# Programme détaillé

## Explorer son marché et la concurrence

Les outils d'aide à l'analyse

Les outils d'analyse du portefeuille d'activités

Les objectifs des diagnostics stratégiques

Pas à pas - L'analyse stratégique

Le panorama des sources d'information off-line et on-line

Les outils de surveillance et de recherche

Diffuser l'information

Application : réaliser une veille commerciale

## Comprendre les enjeux de la veille en entreprise

Le concept de veille et sa méthodologie

La veille informationnelle

La veille concurrentielle et sectorielle

La veille en communication

La veille commerciale

La veille sociétale/comportementale

La veille et l'innovation

Le benchmark

L'exploitation des outils de business intelligence

## Mettre en oeuvre une méthodologie de veille

Organiser un dispositif de veille efficace

Le panorama des sources d'information off-line et on-line

Les outils de surveillance et de recherche

Présenter le résultat de sa veille

Diffuser l'information

Application : réaliser une veille commerciale

## Comprendre les études marketing

Les fondamentaux des études marketing

La traduction d'une problématique marketing en objectif d'étude

Le choix d'une méthodologie selon ses besoins

Les études qualitatives

La mise en oeuvre d'études qualitatives

La création d'un échantillon pour étude qualitative

Les types d'études quantitatives

La réalisation d'une enquête

Les méthodes d'échantillonnage

Les instituts d'étude

La réalisation des études en interne

## Identifier les liens entre stratégie marketing et études

---

De la démarche stratégique à l'objectif

---

La segmentation stratégique

---

Le ciblage

---

Le comportement individuel et social du consommateur

---

Les insights consommateurs

---

L'historique, la typologie et la création de personas

## Exploiter les études données dans la démarche marketing

---

De l'étude de marché au produit

---

De l'étude de marché au positionnement

---

De l'étude de marché au mix marketing

---

Application : Apprendre à exploiter les études de données dans la démarche marketing

## Elaborer le mix marketing en fonction de la stratégie

---

Mix marketing et plan marketing

---

Mix marketing : le produit

---

Mix marketing : le prix

---

Mix marketing : la communication

---

Mix marketing : la distribution

---

Pas à pas - Le mix marketing

## Concevoir un plan marketing stratégique

---

Le plan d'action commercial et marketing

---

La structure d'un plan marketing stratégique

---

Animation du plan d'action marketing

---

La formulation du positionnement

---

La gestion du portefeuille de marques

---

Positionnement et image

---

La stratégie de Responsabilité Sociétale de l'entreprise

## Définir des objectifs marketing et commerciaux pertinents

---

Le choix des objectifs stratégiques

---

La notion d'objectifs

---

La fixation d'objectifs

---

La mise en oeuvre de tableaux de bord marketing

---

De la démarche stratégique à l'objectif

---

L'importance de la formulation des objectifs

---

Objectifs et moyens d'action

---

Pas à pas - Le plan marketing

---

Application : Définir des objectifs Marketing et commerciaux

## Structurer les étapes en fonction de la stratégie de l'entreprise

---

Les généralités sur le plan d'actions commerciales

---

La segmentation du portefeuille prospects et élaboration du PAC

---

La méthode ABC

---

Construction d'un plan d'action commercial : les éléments indispensables

---

Construction d'un plan d'action commercial : les actions

---

Construction d'un plan d'action commercial : les acteurs

---

Construction d'un plan d'action commercial : les objectifs et les résultats attendus

---

Construction d'un plan d'action commercial : le calendrier

---

## Construire les actions à mettre en oeuvre

---

Les spécificités sectorielles du développement commercial en BtoB

---

Les spécificités sectorielles du développement commercial en BtoC

---

Les spécificités sectorielles du développement commercial en Retail

---

Les spécificités du PAC en e-business

---

Pas à pas : le plan d'action commerciale

---

## Piloter le plan d'action commercial

---

Le pilotage de l'action commerciale

---

L'évaluation des conséquences sur la stratégie commerciale et le résultat

---

L'importance des KPI

---

La mise en place d'un tableau de bord et le suivi des KPI

---

La définition des KPI dans un PAC

---

Les KPI en e-commerce

---

Application : Aligner le PAC sur la stratégie de l'entreprise

---

## Budgéter un plan d'action commercial

---

Les tableaux de bord

---

Les investissements commerciaux et leur rentabilité

---

L'élaboration du budget commercial

---

L'effet des offres commerciales

---

## Utiliser le plan d'action commerciale comme outil fédérateur

---

La récolte et compilation des informations et enjeux nécessaires

---

La communication avec les différents acteurs pertinents

---

La division de collaborateurs internes et externes

---

# Modalités

## Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

## Conditions d'admission :

Pour entrer en formation préparant au Titre visé, le candidat doit :

- Être titulaire d'une certification de niveau 5 d'un bac +2 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS avec une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 24 mois

**OU**

- Être titulaire d'un Baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 36 mois

## Dérogations spécifiques :

Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...). Ce dispositif de valorisation des acquis se rapprocherait d'une VAE Mixte

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité.

## Examen :

**Mois d'examen :** Juin, Décembre

**Lieu :** En ligne

Pour valider l'acquisition du bloc de compétences, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- Réalisation d'un projet portant sur une situation d'entreprise
- Réalisation d'une vidéo de 10 minutes portant sur un plan d'action commerciale

## Certification :

Certification : Bloc de compétences "Elaborer un plan de développement commercial" du Titre RNCP "Responsable développement commercial" de ESG-ECOLES DE COMMERCE, niveau 6 enregistré au RNCP, sous le numéro RNCP36610, par arrêté du 11/07/2018 publié au Journal Officiel du 21/07/2018

Certificateur : ESG Ecoles de commerce

**Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences**

# Déroulement et accompagnement des formations

## Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

## Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

**Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.**

## Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via [handicap@studi.fr](mailto:handicap@studi.fr)