

Eligible CPF

Bac+3

100% en ligne



Durée estimée*:

160h
4 mois



Tarif pour les particuliers :

1 990 € 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**


Plongez dans les tendances, détectez les signaux faibles et bâtissez un plan marketing solide adapté aux enjeux actuels du sport !

Du e-sport à la montée en puissance de la RSE dans les clubs, comprendre le marché du sport, c'est comprendre les nouveaux comportements des consommateurs. Cette formation vise à poser les bases d'un plan de développement commercial performant dans l'univers du sport. Il s'appuie sur une veille stratégique poussée, l'analyse du marché et des innovations, et la compréhension des logiques propres au marketing sportif. Le but : construire une stratégie qui soit à la fois pertinente, différenciante et responsable.



Vous serez capable de :

- Maîtriser les méthodes et outils de veille stratégique pour identifier les tendances du marché sportif.
- Analyser les comportements des consommateurs du sport à travers des études marketing qualitatives et quantitatives.
- Élaborer un mix marketing cohérent avec les enjeux du secteur (équipements, événements, digital, etc.).
- Construire un plan marketing stratégique intégrant RSE, innovation et différenciation.

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

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

Bloc RNCP41114BC01 Élaborer un plan de développement commercial de la certification professionnelle "Responsable du Développement commercial", de niveau 6 délivrée par ESG CV, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est enregistrée au RNCP sous le code 41114 par décision de France Compétences le 18/07/25, NSF 312

✓ **Attestation de fin de formation**  & 

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Inclus dans votre formation :

- **Cours écrits et vidéos à la demande**
- **Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽²⁾ en direct et replay**
- **Accompagnement et suivi pédagogique**
- **Projets professionnels**
- **Coaching carrière**
- **Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)**
- **Frais de dossier et d'inscription⁽¹⁾**
- **Garantie Diplômé ou Remboursé⁽³⁾**

⁽¹⁾ Hors Diplômes d'État et préparation aux concours.

⁽²⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

*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

Les fondamentaux du sport

Politiques sportives et économie du sport

- Pourquoi se former aux particularités du sport
- Géopolitique du Sport en action - Notions fondamentales
- Poids économique du sport : France et monde
- Les emplois émergents dans le sport
- Histoire et politique sportive en France jusqu'au tournant des années 60
- Histoire et politique sportive en France depuis les années 60
- L'organisation du sport en France
- Les financements du sport - France et monde

Elaborer un plan de développement commercial dans l'univers du sport

Comprendre les enjeux de la veille stratégique

- Le concept de veille et sa méthodologie
- La veille informationnelle
- La veille concurrentielle et sectorielle
- La veille commerciale
- La veille sociétale/comportementale
- La veille et l'innovation
- Les matrices de veille
- L'exploitation des outils de business intelligence

Mettre en œuvre 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
- Les préalables à une stratégie RSE
- Utiliser l'Intelligence Artificielle pour la veille commerciale
- Application : Réaliser une veille commerciale

Veille et innovation dans le sport

- Réalisation d'une enquête dans le sport
- Femmes et mixité dans le sport
- E-sport et nouveaux comportements
- La digitalisation du sport
- La concurrence des équipementiers dans le sport
- L'innovation technologique dans le sport
- Sport et Innovation d'usage
- Les leviers de soutien à l'innovation sportive
- Application : Etude d'une innovation significative du marché sportif

Explorer son marché et la concurrence

- Les fondements : analyses et diagnostics
- Les outils d'aide à l'analyse
- Les outils d'analyse du portefeuille d'activités

- Les objectifs des diagnostics stratégiques
- Analyse de l'entreprise sur son marché
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale de l'entreprise
- Evaluer les facteurs clés de succès
- La prise en compte du marché
- Pas à pas - L'analyse stratégique

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 œuvre 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

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 pertinent

- 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

Définir des objectifs marketing et commerciaux pertinents

- Le choix des objectifs stratégiques
- La notion d'objectifs
- La fixation d'objectifs
- La mise en œuvre 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

Le Marketing du Sport

- Marchés traditionnels du sport
- Le Marché des équipements et infrastructures sportives
- Marchés émergents du sport
- Les métiers du marketing sportif
- Les fondamentaux du marketing sportif
- Buyer persona dans le sport
- Le plan stratégique de Puma

Les Partenariats sportifs

- Le sponsoring sportif - notions fondamentales
- Le mécénat sportif
- Le naming
- Licensing et merchandising dans le sport

L'évènementiel sportif

- Évènementiel sportif : définition et enjeux
- Les facteurs clés de succès d'un événement sportif
- Les jeux olympiques modernes
- J.O, plateforme du marketing sportif
- La protection de la marque olympique
- Événement sportif : créer des actions marketing adaptées à l'objectif de l'événement

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
- Conception d'actions commerciales responsables et ciblées

- Exploitation des outils d'analyse prédictive et IA dans l'élaboration du plan commercial

Budgéter un plan d'action commercial

- Les tableaux de bord
- Les investissements commerciaux et leur rentabilité
- L'élaboration du budget commercial
- La conception d'offres et propositions commerciales responsables
- L'effet des offres commerciales

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
- Élaboration de KPIs RSE dans les objectifs commerciaux
- Application : Aligner le PAC sur le plan stratégique de l'entreprise

Utiliser le CRM pour mesurer la performance

- Les CRM
- Les outils de CRM
- Le choix d'un CRM
- La segmentation multicanale et CRM
- L'usage du CRM dans la relation client

Le plan d'action commercial en sport

- Décathlon ou la stratégie de développement commerciale du N°1
- Plan d'Action Commerciale sur un marché en croissance exponentielle
- La compétition dans le Retail Sport
- Application : PAC et équipementiers

Utiliser le plan d'action commercial 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

Présenter et défendre un plan d'action commercial

- L'art du pitch
- Techniques d'argumentation et de persuasion auprès des décideurs

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 :

- Etre titulaire d'un Diplôme ou d'un Titre de niveau 5 (Bac+2) (y compris diplôme étranger) dans le domaine visé par le titre

OU

- Avoir validé 120 crédits ECTS dans le domaine visé par le titre

OU

- Etre titulaire d'un Diplôme ou d'un Titre de niveau 5 (Bac+2) (y compris diplôme étranger) et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 12 mois

OU

- Avoir validé 120 crédits ECTS et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 12 mois

OU

- Etre titulaire d'un Diplôme ou d'un Titre de niveau 4 (Bac) et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 24 mois

Si vous ne remplissez pas ces conditions, contactez nos conseillers pour étudier votre admissibilité.

Examen :

Mois d'examen : Juin, Décembre

Lieu : En ligne

Pour obtenir le Titre, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- Projet de consulting et argumentation du plan d'action commercial (vidéo)

Certification :

Certification : Bloc RNCP41114BC01 Élaborer un plan de développement commercial de la certification professionnelle "Responsable du Développement commercial", de niveau 6 délivrée par ESG CV, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est enregistrée au RNCP sous le code 41114 par décision de France Compétences le 18/07/25, NSF 312

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