

BAC+3

COMMERCE DISTRIBUTION

Marketing & Distribution Omnicanale

2024
-
2025

87 %

*de réussite globale
aux examens dans le
cadre des formations en
alternance en 2023*

81 %

*de réussite en moyenne à
l'examen globale enregistrée
par ECORIS sur les 3
dernières années*

504 h

*de formation sur différents
modules de compétences
tout au long de l'année*



Rythme

Contrat de 12 mois pour 504 heures
en centre de formation.

1 semaine en centre et 2 semaines en
entreprise



Métiers cibles

Manager de rayon ou d'univers marchand
Responsable de magasin ou grande surface
Chef de département en grande distribution
Responsable d'équipe commerciale

Le **Bachelor Commerce Distribution** prépare au titre de
« **Responsable en Développement Commercial et Marketing** »

Le *Responsable en Développement Commercial et Marketing* spécialisé en *Marketing & Distribution Omnicanale* devra *seconder un responsable d'une enseigne de la grande distribution dans le développement de la relation avec la clientèle et maîtriser les principales caractéristiques de la distribution et les spécificités des consommateurs en vue de manager tout ou partie d'un centre de profit commercial.*

La fonction peut s'exercer dans toute enseigne de distribution, alimentaire ou spécialisée, dans toute nature et de toute dimension. La personne participera au développement de la politique commerciale et elle sera source de proposition. Elle contribuera aux achats locaux et sera sensibilisée à l'économie circulaire.

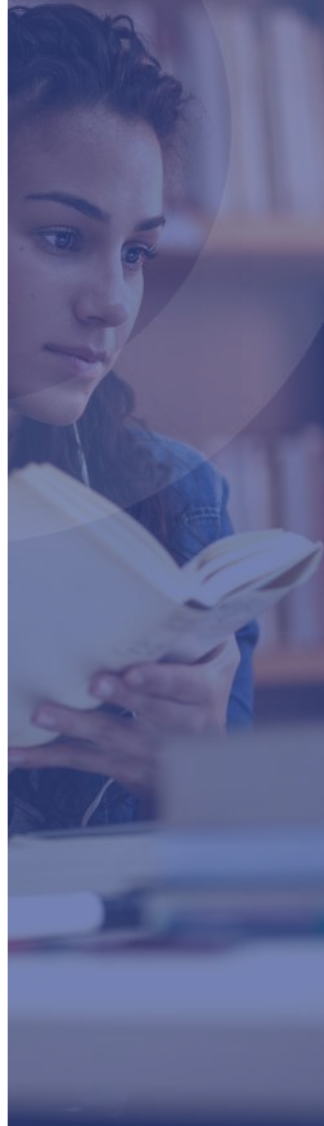


Pré-requis & Accès

- ✓ Après un Bac+2 (ou toute formation validée par l'obtention de 120 crédits ECTS) ou Bac suivi de 5 années d'expérience dans le secteur tertiaire
- ✓ Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation
- ✓ Accessible par la voie de la VAE si au moins 1 an d'expérience en rapport direct avec la certification visée
- ✓ Dossier de candidature et entretien
- ✓ Permis B souhaité

BLOC DE COMPÉTENCES

ÉLABORER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING	<ol style="list-style-type: none">1. Analyse du positionnement commercial de l'entreprise<ul style="list-style-type: none">• Réalisation d'une veille pour repérer les enjeux et évolutions du marché• Réalisation des diagnostics interne et externe de l'entreprise• Réalisation d'une étude concurrentielle2. Définition de la stratégie commerciale de l'entreprise<ul style="list-style-type: none">• Établissement de la politique commerciale• Élaboration du plan marketing opérationnel
DÉPLOYER UNE STRATÉGIE MARKETING OMNISCANALE EFFICACIE	<ol style="list-style-type: none">3. Définition de la stratégie d'acquisition<ul style="list-style-type: none">• Identification du comportement et des demandes de la clientèle cible• Élaboration de la stratégie d'acquisition4. Elaboration et mise-en-œuvre du plan de communication<ul style="list-style-type: none">• Élaboration du plan de communication• Conception des outils de communication• Animation des communautés de la marque sur les réseaux sociaux• Développement du nombre de liens croisés• Élaboration de campagnes de référencement payantes• Optimisation de la stratégie de contenu et de la stratégie digitale de la marque
OPTIMISER LA GESTION FINANCIERE ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET MARKETING DE L'ENTREPRISE	<ol style="list-style-type: none">5. Suivi des budgets commerciaux<ul style="list-style-type: none">• Définition des budgets prévisionnels des activités commerciales• Définition des outils de suivi budgétaire• Analyse des moyens financiers, techniques et humains mis en oeuvre6. Conformité des règles juridiques pour la gestion des ressources humaines<ul style="list-style-type: none">• Contrôle de l'application des règles juridiques du personnel
ENCADRER LES ÉQUIPES ET ANIMER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	<ol style="list-style-type: none">7. Conduite d'une négociation commerciale client8. Gestion des ressources humaines de l'équipe commerciale/marketing<ul style="list-style-type: none">• Recrutement de l'équipe• Contribution à la bonne intégration de son équipe9. Gestion de l'équipe commerciale/marketing<ul style="list-style-type: none">• Communication managériale adaptée• Animation d'une équipe• Analyse des résultats individuels et collectifs de l'équipe
DÉPLOYER L'OFFRE COMMERCIALE SUR UN MARCHÉ SPÉCIFIQUE	<ol style="list-style-type: none">10. Analyse du marché cible<ul style="list-style-type: none">• Analyse des caractéristiques, enjeux, tendances et évolutions11. Déploiement d'une offre commerciale spécifique à un marché cible<ul style="list-style-type: none">• Élaboration de l'offre commerciale pour le marché cible• Développement de l'offre commerciale sur le marché ciblé• Évaluation de la performance de l'action spécifique engagée



Missions entreprise

- ✓ Réaliser une étude concurrentielle et élaborer une stratégie de développement commercial
- ✓ Définir un plan de communication et concevoir des outils de communication
- ✓ Recruter et animer une équipe commerciale
- ✓ Participer aux décisions mercatiques des enseignes à dominance alimentaire ou spécialisées

Pédagogie

Mise en situation
Etude de cas
Learning By Doing
Jeux de simulation
Gestion de projets
Suivi en entreprise

Modalités d'évaluation

Contrôle en cours de formation (épreuves écrites et orales)

Partiels en fin de semestres

Bilan individuel d'acquisition des compétences et des savoirs à chaque fin de semestre.

Projet professionnel faisant l'objet d'un mémoire et d'une soutenance devant un jury de professionnels.

Financement

Prise en charge sur tarif OPCO. Zéro reste à charge de la formation pour l'employeur (hors secteur public) et l'alternant.



Candidature

Un référent candidat@afpam-formation.fr
Accompagnement individualisé vers l'Alternance
Ateliers d'accompagnement

- ✓ Booster son CV et sa lettre de motivation dans sa recherche d'alternance
- ✓ Optimiser le 1er contact avec l'employeur
- ✓ Organiser sa recherche d'alternance
- ✓ Réussir son entretien d'embauche
- ✓ Speed dating / job dating

PROGRAMME

Marketing opérationnel et stratégique
Management de la grande distribution
Management et recrutement de l'équipe de vente
Marketing digital
RSE - Responsabilité Sociale des Entreprises
Communication opérationnelle et stratégique
Législation et Gestion des Ressources Humaines
Techniques de vente / Simulation de vente
Anglais
Communication et Management
Gestion financière et Culture Entrepreneuriale
Conduite de projet

Diplôme

Titre enregistré au Répertoire National de la Certification Professionnelle « Responsable en Développement Commercial et Marketing » de niveau 6, RNCP 37633, codes NSF 312, délivré par l'organisme certificateur ECORIS dans le cadre d'une convention de partenariat.

Enregistrement France Compétences le 08.07.2021

Poursuite

Le titulaire du titre **Responsable en Développement Commercial et Marketing** peut soit intégrer le marché du travail, soit poursuivre en MBA dans les domaines du management, du commerce ou de la distribution

Le **Groupe AFPAM Formation** propose un **MBA Management Commerce & Entrepreneuriat**, préparant au titre de **Manager du Développement Commercial**.

AFPAM Alternance,

C'EST AUSSI...

Pitch Battle

4 minutes pour convaincre un jury sur un thème professionnel

Programme Ambassadeur

Nouer de nouveaux contacts, rendre visible les forces et réalisations de l'alternance par les alternants

Bureau Des Etudiants - BDE

Gérer par des étudiants AFPAM pour les étudiants AFPAM

AFPAM Deal

Challenge de Négociation et de Management

Boutique Ephémère

Boutique pédagogique de vente en direct organisé par les Bac Pro Commerce

0 €
de frais d'inscription



Accessibilité

Locaux totalement accessibles aux personnes à mobilité réduite. Pour toute question d'accessibilité et d'adaptation des moyens pédagogiques, logistiques, aménagements de certification, mises en relation pour l'adaptation du poste de travail, vous pouvez contacter :

Référente handicap

Isabelle SAILLARD

Responsable Formation

isabelle.saillard@afpam-formation.fr

AFPAM
ALTERNANCE

4 rue Jules Méline
51430 BEZANNES

Tél : 03.26.86.26.26

Fax : 03.26.86.26.20

contact@afpam-formation.fr

www.afpam-formation.fr



Qualiopi
processus certifié

■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivré au titre des catégories d'actions suivantes :
Actions de formations
Bilan de compétences
Actions de formation par apprentissage