

**SE FORMER
SANS PERTE
DE SALAIRE,
C'EST
IMPOSSIBLE.**

100% FAUX

le cnam
NOS FORMATIONS FONT VOTRE AVENIR

90% de nos élèves travaillent à plein temps

le cnam
icsv

Certificat de spécialisation - CS9800A

Marketing et Retail dans un monde digital

Formation à destination des managers Commerce et numérique

« Un programme complet pour assurer la réussite des stratégies numériques en faveur du commerce de centre-ville et leur intégration dans l'ensemble de la stratégie promotionnelle et commerciale des territoires. Une formation large qui permet de traiter de nombreux domaines associés à l'animation de commerces de centre-ville et au déploiement des solutions numériques. »

Robert Martin, Président du
Club des managers de Centre-Ville (CMCV)

Public

Managers du commerce, managers de centre-ville, agents territoriaux, permanents d'une fédération ou association de commerçants, cadres de la distribution ou toute personne en charge d'animer le commerce de centre-ville et de mettre en place des solutions numériques pour développer le commerce local.

Les + de la formation

- Étude de nombreux cas concrets de stratégies de communication du commerce de centre-ville et d'utilisation des outils numériques pour soutenir et développer le commerce local ;
- Une formation proposée et conçue en partenariat avec le CMCV (Club des managers de ville et de territoire) et soutenue par la majorité des fédérations professionnelles du commerce (CdCF, FFF, FCA, FNH, CNCC, Procos, etc.) et des acteurs institutionnels (CPME, CCI France, CEREMA, etc.) ;
- Rencontres avec des responsables de pôles de compétitivité dédiés au numérique et d'incubateurs de solutions numériques spécifiques au commerce ;
- Des nombreux échanges avec des professionnels et avec vos pairs ;
- 4 modules de 50 heures entièrement à distance dont 2/3 en asynchrone ;
- Formation éligible au CPF.

Objectifs de la formation

- Donner aux participants les outils de réflexion et les outils opérationnels leur permettant de développer une stratégie de communication et de développement commercial phygital associant l'ensemble des techniques du marketing traditionnel et des innovations apportés par les outils numériques ;

- Proposer dans une vision systémique de leur territoire et des activités commerciales, les actions d'animation et de promotion du commerce les plus pertinentes.

Compétences finales acquises

- Proposer un diagnostic sur la dynamique commerciale d'un territoire ;
- Construire un plan d'action associant une large diversité de dispositifs et de modalités d'action ;
- Connaître les comportements digitaux de clients ;
- Connaître des différents outils digitaux et de e-commerce ainsi que de leurs principes d'utilisation ;
- Élaborer une stratégie de communication ;
- Savoir mesurer l'impact des actions de communication sur les données de vente ;
- Choisir les supports médias, hors médias et numériques les plus pertinents ;
- Appréhender la problématique logistique du e-commerce ;
- Susciter l'intérêt des acteurs impliqués (associations de commerçants, commerçants, associations, services de la ville, etc.) ;
- Piloter le plan d'action ;

Infos complémentaires

- Durée de la formation : 200 heures
- Dates de la formation :
du 4 mai au 16 novembre 2021
1^{er} regroupement le 4 mai de 9h30 à 11H30

Programme de la formation

USM318

Comportement du consommateur et marketing

10 heures à distance synchrone (en journée) + 40 heures en asynchrone

- Prospective de la consommation et du commerce ;
- Fondements de la stratégie marketing du centre-ville ;
- Éléments du marketing-mix et critères de choix d'un point de vente ;
- Stratégie de communication et marketing territorial ;
- Analyse des différents supports médias et hors média.

USM31B

Impact des données sur le marketing et la vente

22 heures à distance synchrone (en journée) + 28 heures en asynchrone

- Environnement territorial du commerce et éléments de diagnostic ;
- Sources existantes en Open Data et leur utilisation ;
- Pratiques du géomarketing et des outils de simulations dédiés ;
- Droit de l'image et RGPD ;
- Principes du CRM, du suivi et de la mesure de performance.

USM319

Retail et commerce : intégration physique et digital

28 heures à distance synchrone (en journée) + 22 heures en asynchrone

- Stratégie digitale/Content Marketing ;
- Création publicitaire média et hors média/intégration dans une stratégie numérique ;
- Création d'animations et d'événements/hybridation avec la stratégie numérique ;
- Contenu de marque dans un plan stratégique et opérationnel phigital ;
- Définition d'une stratégie de développement locale ;
- Règlement de publicité extérieure et droit du commerce.

Dans ce module est incluse la démonstration critique de technologies dédiées au Retail et au point de vente réalisée par des pôles de compétitivité, des incubateurs ou sur la base de visite de salons professionnels (CES, NRF, VivaTech, etc.).

USM31A

E-business et logistique

18 heures à distance synchrone (en journée) + 32 heures en asynchrone

- E-commerce/paiement en ligne ;
- E-commerce & logistique ;
- Référencement payant et display ;
- Les réseaux sociaux & le *social commerce* ;
- Typologies des market places.

Le Cnam
EPN15 Stratégies
2, rue Conté
75003 Paris

Jean-Michel Raicovitch
Benoît Petitprêtre
Responsables du programme

Intervenants

Ce sont des professionnels et experts intervenant quotidiennement sur la mise en place des outils numériques dans les entreprises et sur les territoires, et plus particulièrement sur la dynamique commerciale de centre-ville.



Tarifs

- Tarif prise en charge employeur ou CPF : 3 000 €*
• Tarif prise en charge individuelle : 1 500 €

* non assujetti à la TVA

Avec le soutien du :



icsv.cnam.fr

Contact

Zahra Adjlout,
gestionnaire pédagogique
01 53 80 86 55
zahra.adjlout@lecnam.net