

Annexes

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

Le titre de Responsable marketing et commercial spécialisé en acquisition numérique est obtenu si le candidat obtient l'ensemble des blocs de compétences compris au sein de la certification et qu'il réussit les évaluations transverses ci-dessous :

- E6. Période alternée en entreprise d'un an
- E8. Mémoire professionnel + soutenance orale

Bloc de compétences n°1 : RNCP35209BC01

Définir une stratégie d'acquisition numérique au sein d'une organisation

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> ➤ C.1.1 Définir le besoin de la clientèle en mettant en place une méthode d'expérimentation agile et en réalisant des études de marché afin de proposer un produit adapté aux attentes et besoins de ses clients. ➤ C.1.2 Utiliser les techniques de diagnostic et de recherche d'idées en interne ou en externe (avec le client) afin de définir les options opérationnelles de la nouvelle offre. ➤ C.1.3 Définir une stratégie d'acquisition classique et numérique d'une nouvelle offre en choisissant son positionnement, définissant son prix et en sélectionnant les méthodes d'acquisition numérique. ➤ C.1.4 Analyser la rentabilité des stratégies d'acquisition entrantes et sortantes en lien avec les collaborateurs de la comptabilité, les collaborateurs de la finance et le directeur général, en identifiant les données clefs de chaque étape, en calculant le Coût d'Acquisition Client et la rentabilité ainsi qu'en négociant les budgets auprès du management. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cas pratique ➤ Gestion d'une start-up virtuelle ➤ Présentation auprès de ses pairs

Bloc de compétences n°2 : RNCP35209BC02

Mettre en œuvre une stratégie d'acquisition à l'aide d'outils numérique

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> ➤ C.2.1 Qualifier sa clientèle en la segmentant, en définissant un ciblage de profil client, en créant des listes automatisées et en réalisant des extractions et des enrichissements de données à l'aide d'outils numériques afin de définir les cibles qui ont une plus grande probabilité d'achat dans le respect la législation inhérente à la sécurisation des données. ➤ C.2.2 Mettre en place une stratégie de prospection et de qualification, téléphonique et/ou mail, afin de recueillir des informations sur les prospects et évaluer leur potentiel commercial ➤ C.2.3 Piloter une stratégie d'acquisition multicanale en utilisant les différents leviers d'activation de la croissance, de création de site internet, d'utilisation des réseaux sociaux, de promotion de la visibilité du site, d'optimisation du site par le biais des moteurs de recherches, d'utilisation de formats publicitaires vidéos, d'affiliation, de reciblage publicitaire et d'envoi de courriels automatisés afin d'attirer un maximum de clients. ➤ C.2.4 Automatiser une approche de gestion de la relation client propre à l'entreprise en utilisant à la fois des outils numériques et des indicateurs de suivi afin d'avoir une vision claire et constante de ses clients et prospects. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cas pratiques ➤ Présentation auprès de ses pairs ➤ Gestion d'une start-up virtuelle

Bloc de compétences n°3 : RNCPS209BC03

Gérer des cycles de vente et la satisfaction client

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> ➤ C.3.1 Mener une négociation avec les prospects en mettant en œuvre une stratégie et des techniques propres à la négociation en vue de conclure la vente par la levée de leviers de persuasions. ➤ C.3.2 Accompagner le nouveau client dans l'utilisation de la solution nouvellement acquise en la paramétrant en fonction de ses besoins tout en accompagnant le client et le formant à l'usage de la solution afin qu'il en tire rapidement le meilleur profit et qu'il réduise les recours au service client. ➤ C.3.3 Réaliser un suivi après-vente du client en créant et mettant en œuvre un support en fonction de ses besoins, en personnalisant la relation client grâce aux outils de CRM, en développant des solutions adaptées aux besoins client et en créant une communication ciblée sur toute la durée de la prestation afin d'assurer la satisfaction et la fidélisation client. ➤ C.3.4 Piloter une stratégie de suivi, d'écoute et d'élevage de la relation client en mesurant et suivant le taux de satisfaction client, en améliorant le service et les solutions proposées afin d'augmenter le renouvellement des ventes, la montée en gamme des prestations et de diminuer la perte de sa clientèle. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en situation professionnelle reconstituée ➤ Gestion d'une start-up virtuelle ➤ QCM ➤ Cas pratiques ➤ Correction par ses pairs

Bloc de compétences n°4 : RNCPS209BC04

Piloter des projets d'acquisition numérique

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> ➤ C.4.1 Cadrer un projet d'acquisition numérique en définissant le périmètre, le coût et le délai et en construisant un dispositif de pilotage approprié. ➤ C.4.2 Animer des réunions d'équipe en s'appuyant sur un suivi de projet afin de définir le périmètre d'action de chaque acteur, de coordonner l'équipe et de s'assurer de la gestion des éventuels dysfonctionnements. ➤ C.4.3 Assurer le suivi du déroulé du projet auprès des équipes afin de s'assurer du respect des impératifs de coûts, du respect des délais et de la remontée d'éventuelles problématiques auprès de sa Direction. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion d'une start-up virtuelle

Bloc de compétences n°5 : RNCPS209BC05

Piloter la performance des leviers d'action/ d'acquisition

Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> ➤ C.5.1 Réaliser une veille métiers et technologique via les outils numériques et les réseaux sociaux dans l'objectif de suivre les évolutions et les innovations de l'univers des ventes et du marketing d'acquisition et d'optimiser la stratégie d'acquisition de l'entreprise. ➤ C.5.2 Définir les indicateurs clefs dans le but de mesurer les performances et optimiser le retour sur investissement des différentes campagnes. ➤ C.5.3 Piloter une collecte et assurer une présentation des données liées à l'activité afin de rendre compte de la performance et des actions mises en œuvre auprès de la direction de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion d'une startup virtuelle ➤ Soutenance orale de l'ensemble des cas pratiques durant le <i>Bootcamp</i>