

SP4 EXPÉRIENCE CLIENT & MARKETING DES SERVICES

TITRE RNCP : MANAGER DE LA COMMUNICATION ET STRATÉGIE DIGITALE

SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CODE RNCP 31420 | CODE DIPLÔME 16X32014
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 87%* | TAUX DE DIPLÔMATION - 99%
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

LYON

ALTERNANCE EN 24 MOIS	21 100 €
SP4 INITIAL	9 800 €
ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE	10 800 €
ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL	10 300 €

Concurrence accrue, enjeux sociétaux et changements des modes de consommation (ex : de la possession à la location) obligent les marques à imaginer de nouveaux services et à repenser l'expérience qu'ils font vivre à leurs clients-utilisateurs. Ce parcours en deux ans permet de former des expert-e-s de l'innovation qui maîtrisent les méthodologies du design, qui ont un regard éclairé sur le marché et les enjeux business, et capable de piloter l'alignement entre la vision de la marque et l'expérience qu'elle propose.

— OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Imaginer une offre de services

Les étudiant-e-s apprennent à imaginer et modéliser des services innovants pour les marques dans le cadre de la définition et de la mise en oeuvre d'une stratégie de communication digitale ou IRL et développent une double culture business et design, notamment à travers des cas réels.

> Concevoir et piloter une stratégie d'expérience client

Les étudiant-e-s apprennent à définir et piloter la stratégie de l'entreprise et à scénariser l'expérience client en imaginant des marqueurs impactants et différenciants. Il-elle-s apprennent à définir de manière précise les critères de réussite (kpi) pour piloter la performance de la marque expérientielle.

> Aligner la marque et ses preuves

L'audit de la marque et la détection de nouvelles preuves de son positionnement indicateurs de mesure y sont étudiés afin de piloter et de coordonner sereinement les outils de marketing digital.

> Manager la transformation

Elaborer une stratégie data driven marketing, collaborer, décider voire diriger sont des aptitudes professionnelles que les étudiant-e-s expérimentent au quotidien dans de nombreux enseignements lors de travaux pratiques, d'ateliers et de mises en situation.

> Transmettre et communiquer en interne ou en externe

Les éléments clés d'une démarche d'innovation et de marketing expérientiel doivent être accompagnés auprès des différents publics, nourris par une narration claire et percutante. Les futur-e-s professionnel-le-s devront maîtriser le management et la conduite de projets pour se préparer à la gestion dans le futur d'une agence de communication digitale ou un service et l'animation des équipes.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 24 mois à partir de septembre.

Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la communication, du marketing, du digital et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'école (ou équivalent s'il s'agit d'un-e candidat-e étranger).

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur alternance ou leur stage (alterné). Il-Elles bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

Immersion

Le programme est axé sur la mise en situation immersive et sur les formats innovants qui rythment chaque année de M1/M2 (Conférences, visites, bootcamp, hackathon, masterclass).

Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-le-s du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

Blocs de compétences de la certification

Bloc 1 – Définir et mettre en oeuvre une stratégie de communication digitale.

Bloc 2 – Définir et piloter la stratégie marketing digital de l'entreprise.

Bloc 3 – Piloter et coordonner les outils du marketing digital.

Bloc 4 – Elaborer une stratégie data driven marketing.

Bloc 5 – Gérer une agence de communication digitale ou un service et animer des équipes.

— ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Marketing, Stratégie de com et UX
- Recherche Utilisateur
- Techniques d'interview
- Prototypage
- Design Thinking
- Sociologie des usages
- Psychologie cognitive
- Marketing de l'innovation niveau 1

Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- Marketing de l'innovation niveau 2
- Stratégie de l'expérience client
- Management de projets innovants
- Innovation business
- Marketing de l'offre
- Alignement de marque
- Psychologie du consommateur
- Cadrage systémique
- Gamification
- Nudge marketing
- Art oratoire
- Piloter la performance de l'expérience
- Acquérir de nouveaux clients

— PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 120 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Il s'agit d'une mise en situation professionnelle. Pendant deux semaines, nos apprenant-e-s travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou l'annonceur pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative. Ce travail transversal est réalisé collectivement avec une répartition des attendus en fonction des compétences, sous forme de proposition d'agence.

Grand oral

Épreuve phare de fin d'année devant un jury de professionnel-le-s, les étudiant-e-s argumentent à l'oral sur un sujet de veille et tendances dans les domaines de la communication et du marketing et défendent leur point de vue.

Le projet professionnel : Créer sa start-up

Les apprenant-e-s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce fil rouge. Vous aurez un an pour acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer votre propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur Omnes Education pour être accompagné afin de déployer réellement leur concept.

— MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 28 - 40k€)

- Service designer
- Product owner
- Chef-fe de projet expérience client
- Chef-fe de projet innovation
- Coordinateur-riche expérience client
- CX manager
- Responsable innovation