



BUT 2^{ÈME} ET 3^{ÈME} ANNÉE TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION PARCOURS STRATÉGIE DE MARQUE ÉVÈNEMENTIEL

en contrat d'apprentissage

RNCP 35358



LES MISSIONS EN ENTREPRISE

(Liste de missions non exhaustive)



NIVEAU
DE DIPLÔME : BAC+3



LES PERSPECTIVES MÉTIERS

- Assistant chef de projet événementiel
- Assistant de communication
- Chef de projet événementiel
- Chargé de communication
- Coordonnateur événementiel
- Commercial événementiel



OÙ EXERCER L'ACTIVITÉ ?

- Commerce
- Industrie
- Société de services
- Banque
- Assurance
- Immobilier
- Entreprises de production
- Entreprises de distribution de biens ou de services
- Grossistes
- Grande distribution ou magasins spécialisés
- Intermédiaires de commerce (vente aux intermédiaires, aux prescripteurs et aux utilisateurs)
- Structures de vente en face à face et à distance

MERCATIQUE :

- Analyse de la segmentation, analyse des couples produit/marché, étude des besoins de la clientèle
- Administration des ventes, suivi des clients et élaboration des tarifs
- Mise en place de plan d'actions commerciales (offres spéciales par exemple).

NÉGOCIATION – GRC :

- Fidélisation clientèle (analyse et outils)
- Qualification fichiers prospects et prospection (mise en place d'outils et analyse de la prospection et des ventes)
- Rédaction argumentaires de vente et propositions commerciales

ÉTUDES ET RECHERCHES COMMERCIALES :

- Étude de marché (environnement général, marché, offre/demande)
- Réalisation d'études qualitatives et quantitatives (questionnaires)
- Lancement d'un produit (recherche de fournisseurs, collecte de données, lancement commercial)
- Démarche qualité (étude de satisfaction).

COMMUNICATION COMMERCIALE ET DIGITALE :

- Mise en place et analyse d'un plan média
- Relations presses et suivi de la politique de relations publiques
- Organisation et mise en place d'évènement
- Conception de dossier sponsoring
- Mise en œuvre d'une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation.

DISTRIBUTION :

- Réception et mise en rayon marchandise (étiquetage, suivi des commandes, des DLC, facturation clients, suivi inventaire, négociations fournisseurs ; Relevé de prix et implantations PLV
- Mise en place et analyse des réseaux de distribution).

INFORMATIQUE ET EXPRESSION/COMMUNICATION

- Création et développement de site Internet

GESTION

- Budgets, trésorerie, calculs commerciaux, calcul du seuil de rentabilité, calcul des coûts et marges, mise en place et gestion d'un tableau de bord

BUT 2^{ÈME} ET 3^{ÈME} ANNÉE TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION PARCOURS STRATÉGIE DE MARQUE ÉVÉNEMENTIEL

en contrat d'apprentissage

ELABORER L'IDENTITÉ D'UNE MARQUE

- Identifier les valeurs et territoires de la marque, mesurer la visibilité de la marque et sa notoriété, développer la communication de marque et le marketing de contenu (storytelling /disruption /teasing /brand content)
- Piloter les relations publiques et les relations presse en veillant aux différentes parutions de la marque

MANAGER UN PROJET EVENEMENTIEL

- Elaborer un projet événementiel simple répondant à la demande, intégrer les contraintes financières, juridiques et logistiques, gérer la communication et la commercialisation de l'événement, mesurer l'impact de l'événement, piloter le projet.



LES COMPÉTENCES VISÉES

- Conduire les actions marketing
- Vendre une offre commerciale
- Communiquer l'offre commerciale
- Concevoir et Elaborer une identité de marque
- Manager un projet événementiel



LA DURÉE DE LA FORMATION

- 2 ans (Accessible à partir de la 2^{ème} année du BUT en apprentissage)



PRÉ-REQUIS DE LA FORMATION

- Validation des semestres du BUT TC 1^{ère} année ou être titulaire d'un Bac +1 dans une formation proche.



LES POURSUITES D'ÉTUDES

- Ecole de commerce
- IAE

OÙ SUIVRE cette formation ?



IUT DE L'INDRE – SITE D'ISSOUDUN
5 rue Georges Brassens
36100 ISSOUDUN



En savoir + sur les enseignements



UNIVERSITE D'ORLEANS