

Saint-Germain-en-Laye, le 17 juin 2022

SUP DE VENTE | ESSYM
51 Boulevard de la Paix
78100 SAINT-GERMAIN-EN-LAYE

Contact : Anne-Sophie HONGDACHANH
Courriel : formateur@supdevente.fr
Tél. : 0762022863

Objet : Lettre de consultation
Consultation : 22ESVM017 - Stratégie digitale et événementielle

Madame, Monsieur,

L'Ecole supérieure de vente et de management - CCI Paris Ile de France Education, dénommée « Sup de Vente | Essym » engage une consultation, conformément aux articles L2123-1 et R2123-1 du Code de la Commande Publique (« CCP »), en vue de la passation d'un marché passé selon une procédure adaptée pour les prestations désignées en objet.

Si cette consultation vous intéresse, nous vous invitons à remettre votre proposition technique et financière **au plus tard pour le lundi 4 juillet 2022 à 17h00**. Elle sera accompagnée des documents suivants :

- Le marché public et son annexe dûment complété, daté et signé de façon manuscrite
- Une proposition technique comprenant les éléments suivants :
 - Le CV de l'intervenant ;
 - La proposition de programme.
- Une proposition commerciale

Votre offre devra être transmise par mail à l'adresse suivante : formateur@supdevente.fr

Critères de sélection des offres :

L'examen des offres se fera au regard des critères définis et pondérés comme suit :

- Prix : 30 % ;
- Valeur technique (70 %), appréciée comme suit :
 - Expérience dans l'enseignement 20%
 - Expérience professionnelle 20%
 - Plan de charges 20%
 - Intégration aux outils pédagogiques 10%

Formalités administratives avant l'attribution définitive du marché :

A l'issue de l'examen des offres, le marché ne pourra être signé par SUP DE VENTE|ESSYM qu'à la double condition que le candidat transmette les attestations et documents à remettre en application de l'article R2143-7 du CCP (certificats fiscaux et sociaux à jour).

Veillez agréer, Madame, Monsieur, mes salutations distinguées.

HONGDACHANH Anne-Sophie

Fiche d'Expression de Besoin de Formation Stratégie digitale et événementielle

Organisme demandeur : SUP DE VENTE | ESSYM

Adresse : 03 rue Armant MOISAND - 75015 PARIS

1) Contexte et raison de la formation recherchée :

Dans un contexte de digitalisation de la fonction commerciale, le Manager en Marketing digital et événementiel doit savoir intégrer le web-marketing dans sa stratégie de développement en tenant compte des spécificités du secteur de l'événementiel (analyse de data, stratégie de marque...). Il doit être en mesure de définir, analyser et optimiser un parcours client en menant des enquêtes terrain et suivre la relation client.

Pour les Manager en Ingénierie d'affaire, ils doivent être en mesure de faire un diagnostic d'entreprise en menant également des enquêtes terrain et manager dans un environnement interculturel et digital.

2) Objectifs poursuivis

Lot 1 – Stratégie marketing omnicanale, gestion de marque et exploitation de datas

- Capacité à mettre en perspective et anticiper les évolutions.
- Capacité d'analyser la stratégie d'une entreprise et d'analyser des datas
- Construire un plan d'action de déploiement d'une stratégie événementielle et digitale
- Capacité à gérer la marque employeur

Lot 2 – Diagnostic d'entreprise et expérience client

- Capacité à élaborer un diagnostic d'entreprise
- Capacité à mener des enquêtes terrain pour optimiser l'expérience client
- Capacité à suivre la relation client

3) Résultats à atteindre :

Résultats attendus

A la fin de la formation, les participants seront capables de :

- ✓ Comprendre ce qu'est une stratégie e-business et une expérience client
- ✓ Faire le lien entre business model et stratégie digitale
- ✓ Connaitre les bonnes pratiques, les outils et les leviers actuels en B2B
- ✓ Savoir influencer le parcours d'achat d'une cible prospect B2B
- ✓ Utiliser sa créativité pour construire une stratégie e-business adaptée à un cas spécifique.
- ✓ Faire un diagnostic d'entreprise
- ✓ Gérer, suivre et optimiser le parcours client et mener des études terrain

4) Public concerné :

Etudiants en alternance :

Niveau Bac+5 :

- Manager Marketing Digital et événementiel (référencement, création site web)
- Manager en Ingénierie d'Affaires

5) Condition de réalisation de la formation,

Nombre prévisionnel de sessions :

Lot 1 – Stratégie marketing omnicanale, gestion de marque et exploitation de datas – 154 heures soit 22 jours

Groupe	Matière enseignée	FAF (100%)	E-learning (100%)	Examens (100%)	Examens (75%)	Hors FAF (50%)
PA_TH1_MMDEV 1A 22-23	M 1.6 - Analyse et exploitation des datas (analytics)	7,00				
PA_TH1_MMDEV 1A 22-23	M 2.2 - Stratégie de marketing omni-canal, de communication et d'acquisition	28,00				
PA_TH1_MMDEV 1A 22-23	M 2.3 - Stratégie et gestion de la marque	28,00				
PA_TH1_MMDEV 2 22-23	Evaluation 3.2-Conduite du processus achat international			7,00		
PA_TH1_MPMC 1 22-23	Constituer et animer un réseau professionnel et créer des partenariats pour générer	14,00				
PA_TH1_MPMC 1 22-23	Examen				14,00	
PA_TH1_MPMC 1 22-23	Epreuve certificative 1.2 : dossier écrit - Plan de réseautage	0,00				
PA_TH1-MIA 1AN 22/23	Manager une équipe dans un environnement interculturel	21,00				
PA_TH1-MIA 1AN 22/23	Réunions et Conseil de classe					14,00
PA_TH1-MIA 1AN/FC 22/23	Manager une équipe dans un environnement interculturel			7,00		
PA_TH1_MPMC 1 22-23	Appréhender les spécificités du marketing de services	14,00				

Lot 2 – Diagnostic d'entreprise et expérience client – 156h soit 23 jours

Groupe	Matière enseignée	FAF (100%)	E-learning (100%)	Examens (100%)	Examens (75%)	Hors FAF (50%)
PA_TH1_MIA 1B 22-23	DIAGNOSTIC d'ENTREPRISE Epreuve certificative Ecrit + Soutenance			7,00		
PA_TH1_MIA 1C 22-23	DIAGNOSTIC d'ENTREPRISE Epreuve certificative Ecrit + Soutenance			7,00		
PA_TH1_MIA 2B 22-23	Analyser les résultats d'une étude de marché	24,50	1,00			
PA_TH1_MIA 2B 22-23	Soutenance de mémoire			7,00		
PA_TH1_MIA 2B 22-23	VALIDATION IDEE DNA	3,50				
PA_TH1_MIA 2C 22-23	Soutenance de mémoire			7,00		
PA_TH1_MIA 2D 22-23	Soutenance de mémoire			7,00		
PA_TH1_MMDEV 1A 22-23	M 2.1 Modélisation et diagnostic du parcours client	14,00				
PA_TH1_MMDEV 2 22-23	Mener des enquêtes de terrain (à placer très tôt)	7,00				
PA_TH1_MMDEV 2 22-23	Optimiser l'expérience client	14,00				
PA_TH1_MMDEV 2 22-23	Examen				14,00	
PA_TH1_MMDEV 2 22-23	Réunion et conseil de classe					14,00
PA_TH1_MMDEV 2 22-23	Suivre la relation client	7,00				
PA_TH1-MIA 1AN/FC 22/23	DIAGNOSTIC d'ENTREPRISE Epreuve certificative Ecrit + Soutenance			7,00		
PA_TH1-MIA 1AN/FC 22/23	Elaborer un diagnostic d'entreprise	14,00	1,00			

Période : septembre 2022 à juillet 2023

Modalités pratiques de fixation des dates de formation : transmission avant le 30 septembre 2020

Lieu : La formation se déroule à Paris Montparnasse

Effectif : Maximum de participants par session : entre 15 et 25 apprenants

Méthodes pédagogiques : apports théoriques, cas pratiques, best practices

Supports de cours : à transmettre au responsable pédagogique au plus tard 15 jours avant la première intervention.

Version numérisé mise à la disposition des apprenants sur Blackboard (LMS de Sup de Vente)

Evaluation : Examens écrits et/ou oraux

6) Profils recherchés

Enseignant ou consultant(e) diplômé(e) niveau Bac+4/5 de formation Marketing digital, études et bases de données, e-commerce.