

Cycle Mastère Manager du Marketing et de la Relation Client

PROMEO

Commerce - Achats - Vente, Marketing - Communication

19/01/2026

Public et prérequis

Tous publics

Titulaires d'une certification niveau 6 (EU) (avec 180 ECTS) pour l'entrée en 1ère année

Titulaires d'une certification niveau 6 (EU) Master 1 ou équivalent (avec 240 ECTS) pour l'entrée en 2ème année

Les candidats peuvent être titulaires d'une certification de niveau 6 (EU) dans des filières à dominante commerciale, marketing, communication, gestion mais pas exclusivement.

La formation est accessible par la VAPP si le candidat justifie d'une expérience professionnelle significative dans des fonctions commerciales et de gestion, marketing, communication.

Validation et certification

Manager du Marketing et de la Relation Client

Titre certifié de niveau 7 (EU), codes NSF 310 et 312, enregistré au RNCP n°38938 le 26/04/2024, délivré par l'ICD

Validation par bloc possible

Le diplôme est composé des blocs de compétences suivants :

RNCP38938BC01 - Bloc 1.Élaborer une stratégie marketing orientée client

RNCP38938BC02 - Piloter la relation client et le développement des ventes dans un contexte omnicanal

RNCP38938BC03 - Manager les ressources affectées à la relation client

RNCP38938BC04 - Déployer un projet de marketing digital au service de la relation client et gérer la data marketing

Préparation à la certification Le Robert

Préparation à une certification en anglais

Modalités de la formation

1 semaine en centre

3 semaines en entreprise

En présentiel et distanciel

Pré-inscription en ligne sur notre site internet

Admission sur dossier et entretien

Accompagnement dans la recherche d'entreprises

Début de la formation : septembre 2026

Les plans d'accès à nos différents sites sont disponibles sur notre site internet

Passerelles - Métiers - Débouchés

RÉFÉRENCE

COAV0038

CODE RNCP

38938

CENTRES DE FORMATION

Saint-Quentin

DURÉE DE LA FORMATION

2 ans / 900 heures

ACCUEIL PSH

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

PARTENAIRE

ICD

icd BUSINESS SCHOOL

Les + Promeo

Taux de réussite à l'examen

**N/A en 2025
(lancement de la formation en 2026)**

- 60 ans d'existence
- Une communauté de 3 100 alternantes
- 24 000 stagiaires formés par an
- 3 500 entreprises qui nous font confiance

- Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
- L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
- La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
- Une pédagogie active

Responsable de la relation client / Responsable de la relation clientèle ,
Chef de projet / manager CRM
Responsable service client / Responsable service consommateurs / Responsable de la satisfaction client
Responsable marketing client / Category manager
Responsable commercial et marketing
Directeur de la relation clientèle / Directeur commercial
Directeur marketing / Directeur de l'expérience client

• Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Contenu de la formation

BLOC 1 : Elaborer une stratégie marketing orientée client - Année 1

Études marketing et veille de marché
Stratégie marketing et plans d'actions
Management culture client
Outils analyse performance

BLOC 1 : Elaborer une stratégie marketing orientée client - Année 2

Études marketing et veille de marché
Stratégie marketing et plans d'actions
Management culture client
Outils analyse performance

Bloc 2 : Piloter la relation client et le développement des ventes - Année 1

Optimisation parcours client omnicanal / stratégie omnicanal
Marketing relationnel
Veille et appels offre
Plan de prospection (Elaboration et mise en oeuvre)
Politique partenariale
Négociation
English negotiation
Gestion relation client
Stratégie réputation / engagement client

Bloc 2 : Piloter la relation client et le développement des ventes - Année 2

Optimisation parcours client omnicanal / stratégie omnicanal
Marketing relationnel
Veille et appels offre
Plan de prospection (Elaboration et mise en oeuvre)
Politique partenariale
Négociation
English negotiation
Gestion relation client
Stratégie réputation / engagement client

Bloc 3 : Manager les ressources affectées à la relation client - Année 1

Politique achats et supply chain
Recrutement et structuration service commercial et/ou marketing
Management équipes commerciales et/ou marketing
Gestion conflit
Budget et tableaux de bord / indicateurs de performance

Bloc 3 : Manager les ressources affectées à la relation client - Année 2

Politique achats et supply chain
Recrutement et structuration service commercial et/ou marketing
Management équipes commerciales et/ou marketing

Gestion conflit

Budget et tableaux de bord / indicateurs de performance

Bloc 4 : Déployer un projet marketing digital - Année 1

Diagnostic stratégie digitale entreprise

Collecte et traitement data clients

Projet CRM (Cahier des charges, déploiement)

Plan action stratégie digitale

Webmarketing et marketing social media

Bloc 4 : Déployer un projet marketing digital - Année 2

Diagnostic stratégie digitale entreprise

Collecte et traitement data clients

Projet CRM (Cahier des charges, déploiement)

Plan action stratégie digitale

Webmarketing et marketing social media

Bloc transversal / parcours de spécialisation

Journée d'intégration et rentrée pédagogique

Points pédagogiques / préparation aux oraux

Bloc transversal / parcours de spécialisation

Epreuve certifiante – Bloc 1 et Bloc 4

Epreuve certifiante – Bloc 2

Epreuve certifiante – Bloc 3