

MBA / AFRIQUE & INTERNATIONAL

Marketing stratégique, croissance et expérience client

Construire une croissance commerciale mesurable, du choix des segments à la fidélisation.

Repères du parcours

Durée cible : 12 mois - rythme indicatif : 6 à 8 h par semaine

Format proposé : à distance, avec classes virtuelles. Langue de travail : français.

Candidatures et demandes d'information ouvertes. Calendrier, équipe pédagogique, tarif et modalités définitives sont confirmés pour chaque cohorte avant engagement.

Public et prérequis

Responsables marketing, directions commerciales, responsables relation client et entrepreneurs.

Bac+3 et 3 ans d'expérience, ou Bac+5 et 1 an d'expérience. Les parcours atypiques sont étudiés sur dossier et entretien, sans équivalence automatique.

Objectifs observables

- Choisir les segments rentables
- Relier acquisition et marge
- Organiser le suivi des opportunités
- Améliorer l'expérience client sur des preuves terrain

Programme détaillé

Chaque module ou jalon donne lieu à une production et à un retour pédagogique.

01. Diagnostic, décision et pensée critique

- Formulation d'un problème observable
- Qualité des sources et biais de raisonnement
- Hypothèses, alternatives et décision sous incertitude

Livrable : Une note de diagnostic de 4 pages distinguant observations, hypothèses et recommandations.

02. Leadership, coopération et négociation

- Écoute, feedback et conflit
- Responsabilités dans une équipe distribuée
- Négociation des engagements et coopération interculturelle

Livrable : Une simulation de négociation analysée et un plan de progrès individuel.

03. Données, IA responsable et mesure de valeur

- Choix d'indicateurs et qualité des données
- Usage supervisé de l'IA et confidentialité
- Mesure des résultats et effets indésirables

Livrable : Un tableau de décision avec sources, limites, risques et conditions de mise à jour.

04. Comprendre le marché et les usages

- Recherche terrain et segmentation
- Offres concurrentes et substituts
- Positionnement et preuve de valeur

Livrable : Un dossier de segmentation avec une proposition de valeur testée.

05. Concevoir l'offre et le prix

- Architecture de gamme
- Sensibilité au prix et marge
- Distribution et coûts de service

Livrable : Une grille de prix et ses hypothèses de rentabilité.

06. Piloter l'acquisition multicanale

- Parcours mobile et canaux locaux
- Plan de contenu et expérimentation
- Mesure de conversion et attribution

Livrable : Un plan de campagne avec budget, tests et règles d'arrêt.

07. Structurer la vente et les comptes clés

- Qualification des opportunités
- Négociation de valeur
- Prévisions commerciales et discipline CRM

Livrable : Un pipeline qualifié et un plan de développement de compte.

08. Améliorer la relation client

- Cartographie des irritants
- Qualité de service et traitement des demandes
- Rétention et valeur client

Livrable : Un plan d'amélioration du service avec indicateurs de résultat.

09. Exploiter les données commerciales

- Cohortes et tableaux de bord
- Biais des données de campagne
- Automatisation supervisée et respect du consentement

Livrable : Une analyse de performance débouchant sur trois arbitrages chiffrés.

10. Projet de transformation et soutenance professionnelle

- Diagnostic sur un terrain autorisé
- Scénarios, expérimentation et mesure des effets
- Mémoire professionnel, limites et défense contradictoire

Livrable : Un mémoire professionnel, un dossier de preuves et une soutenance centrée sur la décision.

Projet, évaluation et candidature

Terrain d'application

Une marque régionale dispose de bons volumes de contacts mais d'une conversion faible et d'un coût de service élevé.

À partir du cas proposé ou d'un terrain professionnel autorisé, produire un diagnostic, comparer au moins deux scénarios, tester une action et défendre les résultats, les coûts et les limites devant un jury pédagogique.

Évaluations et reprises

Études de cas individuelles 40 %, projet appliqué 40 %, soutenance 20 %. Objectif de validation : 70/100 au total et chaque livrable obligatoire remis. Reprise ciblée après retour pédagogique en cas de non-validation.

Organisation et financement

Le calendrier, les intervenants, les modalités d'accompagnement et le tarif sont confirmés avant inscription. Devis personnalisé ; financement employeur et échéancier à étudier. Aucune prise en charge ni éligibilité CPF garantie.

Les besoins d'accessibilité et d'adaptation sont étudiés lors de l'entretien. Les données de terrain nécessitent une autorisation ; les usages d'IA sont déclarés et les sources citées.

Statut du parcours et du titre visé

Beyond Expertise propose des parcours de formation professionnelle. Le statut du titre visé, son organisme émetteur et les conditions de délivrance sont précisés par écrit avant toute inscription contractuelle. Cette présentation ne revendique ni diplôme national, ni grade universitaire, ni inscription au RNCP, ni crédits ECTS.

Votre prochaine étape

[Demander les tarifs ou un rappel](#)

[Conditions, admission et paiement](#)

[Présenter mon projet sur \[beyond-expertise.com\]\(https://beyond-expertise.com\)](#)

Contact : contact@beyondexpertise.eu / +33 9 54 70 23 80