

LE PLAN MARKETING



2 jours - 14 heures

Code formation : log-

www.adhara.fr

Objectifs

? Inscrire les actions commerciales mises en place dans la stratégie marketing de l'entreprise ? Définir les enjeux et maîtriser les outils et la méthodologie du marketing opérationnel ? Élaboration d'un plan d'action commerciale

Participants

? Responsables Marketing ? Chefs de projet ? Chefs produits ? Fonction marketing

Prérequis

? Être impliqué dans la stratégie commerciale de l'entreprise ? Maîtriser les fondamentaux du marketing

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

LE PLAN MARKETING

2 jours - 14 heures

Objectifs

? Inscrire les actions commerciales mises en place dans la stratégie marketing de l'entreprise ? Définir les enjeux et maîtriser les outils et la méthodologie du marketing opérationnel ? Élaboration d'un plan d'action commerciale

Participants

? Responsables Marketing ? Chefs de projet ? Chefs produits ? Fonction marketing

Prérequis

? Être impliqué dans la stratégie commerciale de l'entreprise ? Maîtriser les fondamentaux du marketing

Profil de l'intervenant

LE PLAN MARKETING



2 jours - 14 heures

Code formation : log-

www.adhara.fr

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Marketing Opérationnel : introduction

Du Marketing Stratégique au Marketing Opérationnel

La démarche du Marketing Opérationnel

Notions abordées : liens entre marketing et vente, marchéage, échanges d'information

Le plan marketing Opérationnel

Définition

Structure

Méthodologie de construction

Plan Marketing et plan d'actions commerciales

Compte d'exploitation prévisionnel

Notions abordées : ciblage, segmentation,

positionnement, l'avantage concurrentiel, objectifs commerciaux

Les étapes du plan Marketing opérationnel

Analyse préparatoire

Diagnostic et choix

Planification

Lancement

Notions abordées : études, CRM, médias de communication, marketing direct, merchandising

Plan marketing et plan d'action commerciale (PAC)

L'action commerciale en adéquation à la démarche marketing

PAC et mise en oeuvre

Notions abordées : outils de contrôle et de pilotage, mesures correctives, coût d'acquisition client, cohésion de la stratégie commerciale

1250