

# ELABORER SON PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL MULTICANAL

MK71

2 jours (14h) 1 390,00 €<sup>HT</sup>

## Objectifs

Comprendre l'articulation entre marketing opérationnel et stratégique • Bâtir une stratégie de marketing opérationnel créatrice de valeur et optimisant les investissements • Déterminer les insights clients tout au long du parcours d'achat • S'appropriier l'ensemble des outils • Mettre en place un système de mesure de la performance • Optimiser la relation marketing vente et renforcer l'efficacité de l'action commerciale

## Profil Stagiaire(s)

responsables marketing, chefs de produits

## Pré-requis

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis

## Profil Animateur(s)

cette formation Marketing est assurée par un spécialiste du Marketing Opérationnel



## PROGRAMME

### Marketing Opérationnel : les éléments fondateurs

Situer les champs d'action du Marketing Stratégique et du Marketing Opérationnel

Quizz introductif

Les objectifs et grandes orientations

Les couples produits/marchés

Segmenter, Cibler, Positionner

Le marketing mix

### Le marketing opérationnel en pleine révolution

La révolution digitale

La fragmentation des audiences

Le client acteur, contributeur, ambassadeur

Les évolutions du marketing mix

La course au ROI

### Placer le client et son parcours d'achat au cœur de sa démarche

Décrire et comprendre intimement sa cible grâce aux insights

Analyser le parcours d'achat et les points de contact pour mieux utiliser les outils

Exercice : construire un parcours client type

Bâtir une stratégie de marketing opérationnel

Définir des objectifs par cible

### Bâtir une stratégie de communication

Définir son budget et ses contraintes

Définir ses KPI's (indicateurs de performance)

Ecrire un brief media

Exercice interactif : visionnage de publicité et identification des objectifs de communication

## Contactez-nous

Conseiller formation  
09 88 66 10 00  
inscriptions@demos.fr

## Nos sessions

22 - 23 nov. 2021 : Paris / A  
Distance

16 - 17 mai 2022 : Paris / A  
Distance

16 - 17 juin 2022 : Paris / A  
Distance

17 - 18 oct. 2022 : Paris / A  
Distance

12 - 13 déc. 2022 : Paris / A  
Distance

# ELABORER SON PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL MULTICANAL

MK71

2 jours (14h) 1 390,00 €<sup>HT</sup>

## **Maîtriser les outils media et hors media**

Les médias traditionnels (TV, presse, affichage, radio) :

- . chiffres clés
- . type d'audience
- . avantages et inconvénients

Le hors media :

- . promotion des ventes et shopper marketing
- . relations publiques et relations presse
- . événementiel

. salons

. marketing expérientiel et le street marketing

Ateliers « flash » d'appropriation de l'outil

## **Introduction au marketing relationnel (CRM)**

### **Intégrer le digital dans sa stratégie multicanal**

Les données clés

Les leviers du marketing digital

Le social media : les réseaux sociaux

L'utilisation du Mobile et des tablettes

### **Bâtir son plan et mettre en place le système de mesure de la performance**

La construction du plan : étapes et facteurs clés de succès

Reporting et tableaux de bord

Etudes de cas

Cas d'application de l'ensemble de la démarche

### **Collaborer avec les équipes commerciales pour la réussite du plan**

Favoriser les échanges entre le marketing et la vente

Développer des outils pour la force de vente

Transformer une caractéristique produit en bénéfice client

### **Coaching individuel : élaboration d'une feuille de route personnalisée**

### **Compléter la formation avec le module e-learning inclus :**

- le marketing mix ou mix marketing : de la stratégie à l'opérationnel

# ELABORER SON PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL MULTICANAL

MK71

2 jours (14h) 1 390,00 €<sup>HT</sup>

## Méthode pédagogique

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

### Moyens pédagogiques et techniques de mise en œuvre

Nos formateurs DEMOS sont recrutés conformément aux spécifications mentionnées pour chaque formation. Ce sont des professionnels en activité et/ou des experts dans leur domaine.

Ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations qu'ils dispensent et adaptent leur pédagogie au public accueilli.

Par ailleurs, nos centres de formation DEMOS sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie.
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de co-learning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Et tous sont accessibles aux personnes à mobilité réduite

### Le dispositif de suivi et d'évaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :

- Des évaluations des acquis en cours et en fin de formation

Elles peuvent être faites de différente manière selon le contenu de la formation suivie :

Quiz, exercice pratique, étude de cas, jeu de rôles, mise en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.

- Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.

## En complément

### Avant cette formation vous pouvez suivre :

- Les Fondamentaux du Marketing : Méthodologies et Pratiques
- Marketing pour Non-Marketeurs

### Après cette formation vous pourrez suivre :

- Intégrer les Réseaux Sociaux dans sa Stratégie Marketing