

ELABORER SON PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL MULTICANAL

MK71

2 jours (14h) 1 450,00 €^{HT}

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



Contactez-nous

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

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

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

ELABORER SON PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL MULTICANAL

MK71

2 jours (14h) 1 450,00 €^{HT}

- . 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

Méthodes pédagogiques & Evaluation

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

Suivi & Evaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :
Une évaluation de compétences en ligne en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises 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.

Ressources pédagogiques

Support de formation, exercices...

Moyens techniques

Nos centres de formation DEMOS, accessibles aux personnes à mobilité réduite, 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 colearning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

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

En complément

Avant cette formation vous pouvez suivre :

- Les fondamentaux du marketing : méthodologies et pratiques

ELABORER SON PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL MULTICANAL

MK71

2 jours (14h) 1 450,00 €^{HT}

- Marketing pour Non-Marketeurs

Après cette formation vous pourrez suivre :

- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing