

PROGRAMME DE FORMATION

MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL

Définir sa stratégie d'entreprise

Traduction dans les actions de
Développement commercial et communication

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Savoir intégrer une démarche marketing dans l'entreprise, pour accompagner la dynamique de développement
- Enrichir les réflexions et décisions au quotidien d'une lecture marketing
- Etre en mesure de récolter, synthétiser et analyser les données internes et externes pour faire un état des lieux régulier de sa démarche marketing et faire le point sur les performances
- Avoir une connaissance des acteurs et des outils pour pouvoir être plus pertinent dans ses choix
- Savoir structurer un plan d'actions communication / commercialisation, le faire évoluer
- Savoir choisir et gérer ses prestataires externes

COMPETENCES VISEES

- Maîtrise de l'analyse marketing d'une entreprise et d'une offre
- Capacité à définir un plan d'actions adapté aux objectifs stratégiques
- Capacité à identifier et coordonner les compétences nécessaires pour sa mise en oeuvre

PUBLIC VISE

- Dirigeant
- Membre du comité de Direction, équipes d'encadrement
- Equipe Marketing / Commerciale / Communication

PRE-REQUIS

- Occuper un poste en lien avec la stratégie de l'entreprise
- Être en contact avec les clients de l'entreprise
- Être amené à représenter l'entreprise dans le cadre d'actions de communication

CONTENU DE LA FORMATION :

Module 1 : Connaître les fondamentaux du marketing

. Introduction par les fondamentaux du marketing :

Définitions, présentations d'outils méthodologiques, liens entre la démarche marketing / commerciale / communication et la technicité de l'entreprise.

. Le marketing dans la vie de l'entreprise

En quoi le marketing concerne-t-il chaque partie prenante de la vie de l'entreprise ?

Module 2 : Aborder la démarche marketing

. Réaliser un diagnostic, un état des lieux de la démarche actuelle

- Diagnostic interne
- Diagnostic externe

. Identifier les besoins, d'information et réaliser une étude de marché

- Comment analyser l'environnement de marché, cibler et obtenir les informations recherchées qui vont servir la définition de la stratégie, ou conforter des orientations.

. Principes de l'étude de marché

- Les différents types d'études existants : études quantitatives, études qualitatives

. Définir un positionnement, une plateforme de marque

A partir des résultats de l'étude de marché

. Synthétiser et réaliser un argumentaire

A partir du positionnement, identifier et rédiger les arguments commerciaux, les réponses aux objections courantes.

Module 3 : Marketing opérationnel : le plan d'actions

. Objectifs et performances : vision quantitative et qualitative

. Réaliser le plan d'actions marketing

- Traduire le positionnement et l'argumentaire en actions
- Recenser toutes les actions commerciales, communicantes
- Créer les outils en anticipant leur contexte d'utilisation
- La planification
- Allouer des ressources : temps, budget, compétences

. La démarche commerciale : le fichier de contacts – une source de valeur pour l'entreprise

- La démarche commerciale : constituer, qualifier son fichier
- Utiliser le fichier comme un outil structurant, déployer, animer et suivre la démarche commerciale

. Mettre en place une veille marché, méthodes et outils

. Piloter ses actions : indicateurs de performance, adaptations, formalisation

. Outils de communication : panorama des outils et actions, comment les choisir et les concevoir en fonction de ses objectifs

. Rédiger un cahier des charges pour consulter un prestataire

. Définir un projet de communication en lien avec sa mise en œuvre

- Conclusions et finalisation du module
- Outils de communication et utilisation par l'entreprise
- Rappels des objectifs initiaux du plan d'actions
- Définir ses outils en fonction des objectifs stratégiques mais aussi en fonction des utilisations adaptées au contexte de l'entreprise et aux pratiques de l'entreprise et des équipes.

Module 4 : Marketing opérationnel : démarche collaborative

. Collaborer en interne avant / pendant / après sur le plan d'actions

. Coordonner et animer en s'appuyant sur le plan d'actions

En faire un un outil partagé, compris par tous, impliquant les membres de l'équipe et évolutif

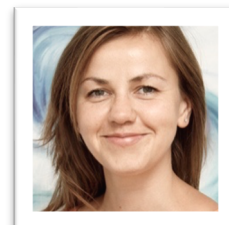
. Préparer, animer, traiter et assurer le suivi d'une réunion, d'un séminaire sur le marketing

FORMATRICE

Johanne MOREL
Conceptrice et animatrice de la formation

Créatrice, gérante et consultante au sein de la société Averse depuis 2013.

Conseil et formation auprès de PME, experte de la stratégie marketing depuis plus de 15 ans.



Pour en savoir plus : www.avense-conseil.com

<https://www.linkedin.com/in/johanne-morel/>

Tel : 06 81 53 08 50

MOYENS PEDAGOGIQUES

- Animation en séance théorique alternée avec des présentations d'exemples réels
- Mise en pratique par des exercices sur des cas concrets
- 1 animatrice ou 1 animateur en individuel et pour un groupe 10 personnes maximum
- Les modules du programme complet ci-dessous peuvent être choisis à la carte en fonction du profil des participants

MOYENS TECHNIQUES

- Lieu : salle de réunion dans l'entreprise ou si la configuration ne le permet pas en salle extérieure (localisation à convenir avec les participants)

Possibilité de formation chez Avense : Savoie Hexapôle, 73410 MERY, accès aux normes PMR, voir informations en fin de programme

- Videoprojecteur + écran
- Paperboard et/ou tableau magnétique + feutres

MOYENS PERMETTANT DE SUIVRE L'EVOLUTION DE L'ACTION EN COURS DE FORMATION

- Compréhension et progressions évaluées Restitution des travaux sur les exercices sur cas concrets
- Questionnaire participants en cours de formation

MOYENS PERMETTANT DE SUIVRE L'EVOLUTION DE L'ACTION EN FIN DE FORMATION

- Évaluation en fin de module via la restitution d'un travail pratique
- Questionnaire participants en fin de formation

DUREE ET DEROULE

- Modules 1 - 4 : 2 à 10 journées non consécutives en fonction des besoins et des évaluations préalables des participants (7h / journée)

Tarifs : de 500 à 1200 € par participant et par jour – devis et forfaits personnalisés sur demande

CONTEXTES

- Projet de structuration de la fonction marketing de l'entreprise, lancement d'une offre, volonté de structurer, d'initier ou relancer la dynamique de développement
- Recrutement d'une ressource chargée du marketing

INFORMATIONS PRATIQUES :

Contact :

Johanne Morel

04 79 34 29 58

Johanne.morel@avense-conseil.com

- 1) **Contactez-nous par mail ou téléphone** : faites-nous part de votre besoin en quelques mots.
Quelle que soit votre contexte, ou si vous êtes en situation de handicap, n'hésitez pas à prendre contact. Grâce aux ressources identifiées dans l'environnement de Avense, nous serons en mesure de vous répondre ou de vous orienter.
> Nous vous recontactons dans les 48h
- 2) **Nous organiserons un échange pour préciser votre besoin en RDV** (physique / téléphone / visio)
- 3) A l'issue de cet échange, **nous vous adressons une proposition et un programme personnalisé**
> Dans la semaine suivant votre demande
Une fois la proposition validée, nous la soumettons à votre organisme de prise en charge si vous souhaitez solliciter un financement.
- 4) **Nous nous engageons à nous organiser pour démarrer la formation entre 2 semaines et 1 mois** (ou davantage si c'est préférable pour vous !) **suivant votre validation**

Avense

155 rue Louis Armand

Savoie Hexapôle

73420 MERY

Infos et accès :

Parking & ascenseur accessible aux personnes à mobilité réduite

<https://www.chambery-grandlac.fr/parc-activite/savoie-hexapole>