

# Elaborer son plan marketing

## QU'EST CE QU'UN PLAN MARKETING ?

Les différents types  
Les déclinaisons  
Les acteurs

## POURQUOI UN PLAN MARKETING

Faire évoluer son entreprise  
Ajuster l'offre au marché  
Créer de la valeur

## MISE EN ŒUVRE DU PLAN MARKETING

L'analyse du marché  
La segmentation  
L'identification du marché  
Le positionnement  
Le plan d'action

## LA DÉCLINAISON AU SEIN DE L'ENTREPRISE

Les différents services concernés  
L'affichage des objectifs  
La fédération des équipes  
La démarche client

## MODÈLES DE PLAN MARKETING

Les spécificités sectorielles  
Exemples de plan marketing

## LES TABLEAUX DE BORD COMME OUTIL DE CONTRÔLE

Vérifier l'adéquation ressources/plan d'action  
Pourquoi utiliser des tableaux de bord ?  
Comment établir les tableaux de bord ?  
Comment profiter au mieux des retours ?

## RÉFÉRENTS PÉDAGOGIQUES

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...

## OBJECTIFS

Se sensibiliser à l'intérêt d'une démarche marketing  
S'approprier les pratiques marketing au sein des TPE PME  
Être capable de décliner les avantages concurrentiels à mettre en œuvre et mobiliser les équipes nécessaires

## PRÉ-REQUIS

Être impliqué dans la stratégie commerciale de l'entreprise pour suivre la formation plan marketing

## PUBLIC

Responsable marketing / commercial

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

### AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Test de positionnement  
Recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

### PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives  
Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)

### APRES LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Possibilité de contacter le formateur pendant 2 mois [formateur@naxis.fr](mailto:formateur@naxis.fr)

## RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, cas pratiques

## ÉVALUATION

### Évaluation des compétences

Cas pratiques

### Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction  
Bilan du formateur

## VALIDATION

Attestation de fin de formation  
Attestation de présence  
Validation des compétences

## MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

## DATES

Voir planning