

Elaborer son plan Marketing



PRÉSENTIEL

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

Responsables de services commerciaux

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou 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%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisés

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

4 rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle..

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction
Synthèse de fin de formation

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

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

DATES

Cf Planning