

Programme de formation professionnelle

Elaborer son Plan Marketing Opérationnel en Présentiel

Durée (présentiel/distanciel)	14 heures
Nombre de places	10
Nombre minimum d'inscrits	4

Présentation générale :

Véritable feuille de route, le Plan marketing est essentiel pour pouvoir piloter ses actions marketing.

Outre une vraie prise de recul avec un premier diagnostic de son environnement interne et externe, il permet de définir des objectifs clairs et d'identifier de façon précise et pragmatique les actions à entreprendre et démarches à suivre pour mettre en œuvre sa stratégie marketing.

Un outil indispensable pour pouvoir suivre l'avancement de ses objectifs et maximiser ses chances de les atteindre.

Formation de 14 heures réalisée en présentiel, en intra-entreprise et sur-mesure.

Objectifs :

Objectifs de formation :

A l'issue de la formation et en situation professionnelle, les participants seront capables de :

- Construire un Plan Marketing opérationnel
- Planifier, budgétiser, déployer et évaluer ses actions marketing
- mettre en place le Marketing Mix (Product, Place, Promotion, Price, People)
- Définir clairement ses objectifs et pouvoir en mesurer l'avancement et la performance des actions
- Réaliser un diagnostic externe (évolution du marché, concurrence,) et interne de l'entreprise (technologie, positionnement, compétences...) afin d'identifier ses forces / faiblesses et ses opportunités / menaces (Matrice SWOT).

Objectifs pédagogiques :

Pendant la formation, les participants développent des capacités à :

- Différencier le marketing opérationnel du marketing stratégique
- Réaliser une analyse SWOT
- S'approprier les étapes clés du plan marketing opérationnel
- Savoir définir le marketing mix
- Identifier ses cibles
- Transposer la stratégie marketing en plan d'actions multicanal
- Monitorer et améliorer la performance des actions marketing via des indicateurs de performance.

Courriel : contact@formagora.fr

Téléphone : 02 53 20 68 68

Programme :

Jour 1 - durée 7 h

- Introduction de la formation :

- Tour de table et présentation des participants
- Présentation du formateur
- Rappel des objectifs de la formation
- Présentation détaillée du programme
- Recueil des attentes précises des participants

- Qu'est ce qu'un **Plan Marketing** ?

- Définir sa **Stratégie Marketing** à partir de la Stratégie d'entreprise

- Elaborer un **Diagnostic Marketing** :

- Identifier les *forces et faiblesses* via une analyse Interne (la Matrice Swot)
- Identifier les *menaces et opportunités* par une analyse externe (Modèle Porter)

- Définir ses **objectifs concrets et résultats attendus**

- Le **Marketing Mix** comme support au Plan d'Action Marketing

- Définir son *Marché et ses publics cibles*, ses axes stratégiques
- Définir son *Positionnement produit*
- Déterminer son *Positionnement Prix*

Jour 2 - durée 7h

- Suite **Marketing Mix** :

- Choisir ses *canaux de Communication et de Promotion*
- Choisir ses *canaux de distribution*

- Définir son **Budget Marketing/communication**, budgétiser ses actions

- Définir ses **indicateurs clés de Performance**, indicateurs de mesure

- **Rédaction du Plan Marketing** : formuler ses actions en cohérence avec le diagnostic

Bilan de la formation :

- Retour sur les attentes des stagiaires
- Bilan et conclusion de la formation

Courriel : contact@formagora.fr

Téléphone : 02 53 20 68 68

Bonus :

- Après la formation, dans un délai de 2 mois, les stagiaires ont la possibilité de contacter le formateur pour toutes questions et suivi de formation.

Moyens pédagogiques :

Le formateur utilise des Google Slides / Powerpoint, vidéos et cas pratiques réels.

Le support de formation sera partagé à l'ensemble des participants.

Équipements nécessaires :

La formation se déroulera dans les locaux de l'entité bénéficiaire qui mettra à disposition du formateur une salle de formation, un vidéo-projecteur, un paper-board ou tableau blanc.

Type de public :

Dirigeants de TPE/PME - Responsable Marketing - Chefs de Produit - Commerciaux

Toute personne sensible au développement de la stratégie marketing.

Prérequis :

Avoir des connaissances de base en marketing.

Méthodes pédagogiques :

Le formateur utilise les méthodes expositives, interrogatives, démonstratives et actives avec :

- Visualisation et analyse de Plans marketing
- QCM, Jeux post it
- Vidéos tuto
- Brainstorming/questions ouvertes

Il apporte des apports techniques et pratiques, couplés avec des cas pratiques afin d'intégrer au mieux les nouvelles connaissances et compétences. Aussi, les participants sont invités à participer activement aux études de cas concrets, ateliers de travail, débats et mises en situation.

Les cas pratiques, issus de cas réels, sont réalisés aussi bien de façon individuelle et sous-groupe pour stimuler les échanges.

Debriefing individuel et collectif

Évaluation, modalités d'évaluation & sanctions :

Modalités d'évaluation :

- Un test d'évaluation de positionnement sur les compétences est administré auprès des participants avant l'entrée en formation.
- Une évaluation diagnostique orale est réalisée en début de formation pour recueillir les attentes des participants et vérifier que

celles-ci correspondent bien aux objectifs de la formation (permettant d'éviter les mauvaises orientations et ruptures de parcours).

- Des évaluations formatives via des questions orales ou écrites seront effectuées au cours de la formation.
- En fin de formation, un quizz (ou autre méthode d'évaluation) est réalisé afin de mesurer l'assimilation des connaissances et compétences.

Modalités d'évaluation de la formation :

- A la fin de la formation, une évaluation à chaud de la formation est réalisée par les participants.
- 6 semaines après la fin de la formation, une évaluation à froid est réalisée par les participants.
- Une liste des émargements sera remise à l'entité bénéficiaire ainsi qu'un certificat de réalisation.

Validation et certification :

- A l'issue de la formation, les acquis de connaissances seront évalués au regard des objectifs de la formation (QCM, quizz, mise en situation...). Une attestation de fin de formation est remise à chaque participant.
- La formation n'est ni inscrite au RNCP, ni au RS.

Références du formateur :

Les formateurs formagora sont référencés sur la base de leur expertise dans leur domaine d'intervention et leur capacité à partager leur expérience au travers de solutions concrètes et opérationnelles.

Indicateurs de satisfaction et de performance :

INDICATEURS DE SATISFACTION ET DE PERFORMANCE *

- Nombre de stagiaires formés en 2021 : N/A
 - Satisfaction globale moyenne : N/A /10
 - Note générale de la formation : N/A /10
 - Note générale moyenne attribuée aux formateurs : N/A /10

** Nos formations sont créées, et réalisées sur mesure, ce qui explique qu'il n'y ait pas de données pour ce programme*

INDICATEURS DE SATISFACTION ET DE PERFORMANCE GLOBAUX *

- Nombre total de stagiaires formés par formagora en 2020/2021 : 510
- Nombre total de formations réalisées par formagora en 2020/2021 : 198
- Nombre d'évaluations de satisfaction reçues : 308 évaluations
 - Satisfaction globale moyenne : 9,43 /10
 - Note générale de la formation : 9,25 /10
 - Préparation et organisation de la formation : 9,13 /10
 - Note générale moyenne attribuée aux formateurs : 9,86 /10

** Toutes formations confondues*

Courriel : contact@formagora.fr

Téléphone : 02 53 20 68 68

Durée et modalités d'inscription :

L'accès de la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 15 jours à 2 mois selon le mode de financement.

Accessibilité :

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Notre responsable formation étudiera les adaptations possibles pouvant être mises en place pour suivre la formation.

Mesures sanitaires : Afin d'assurer une sécurité optimale aux participants et au formateur, l'entité bénéficiaire s'engage à respecter les mesures sanitaires mises en place dans le contexte de la pandémie de la COVID-19. Si les conditions ne sont pas réunies, il sera possible de réaliser la formation en distanciel ou la reporter.