

CONSTRUIRE ET METTRE EN ŒUVRE SON PLAN MARKETING OPERATIONNEL

L'objectif est de savoir construire et mettre en œuvre un Plan Marketing très opérationnel à 6 – 18 mois

PUBLIC CONCERNE

- ▶ Personnels d'Entreprises de taille petites ou intermédiaires n'ayant pas de ressource marketing senior dédiée et souhaitant néanmoins entamer la structuration d'un Plan Marketing opérationnel.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables :

- ▶ De connaître les fondamentaux d'un Plan Marketing
- ▶ Disposerons d'un outil pratique pour formaliser leur Plan Marketing
- ▶ Aurons les clés pour piloter la mise en œuvre de leur Plan Marketing opérationnel.

PRE-REQUIS

Pour une pleine efficacité du stage, être prêt à déployer les moyens suffisants (volonté managériale / moyens humains et financiers) pour une mise en œuvre à brève échéance de son Plan Marketing Opérationnel.

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée : 2 jours (14h) + 1 jour 1 à 2 mois après + travail intermédiaire par les stagiaires.
Modalités pratiques : présentiel - La journée de rappel peut s'envisager en 2 visios en distanciel.

Nombre de stagiaires (à titre de recommandation) : entre 2 et 8

FORMATEURS

- ▶ 1 formateur parmi : Franck POUZET – Frédéric DELORD – Pascal BERARDO
- ▶ Tous de niveau senior et ayant occupés des postes de Manager Marketing et/ou Commercial et étant encore en contact permanent avec le monde de l'entreprise.

MOYENS PEDAGOGIQUES & TECHNIQUES

Le formateur alterne des apports méthodologiques, des exercices pratiques & opérationnels et du partage d'expérience.

Les stagiaires (intra entreprise) travaillent sur le cas réel de leur propre Plan Marketing Opérationnel

Théorie : 20%

Pratique : 80%

Langue(s) : Français

Les stagiaires pratiquent et reçoivent une méthode et un outil pour construire leur Plan Marketing Opérationnel qu'ils pourront réutiliser ensuite en toute autonomie.

TARIF : 1 900€ HT / jour

Tarif et durées adaptables en fonction de la taille de l'entreprise, de sa complexité et de son degré de maturité (défini au moment de l'évaluation préalable). Formation spécifique sur mesure et devis sur demande préalable → Nous contacter via le formulaire de contact.

DISPONIBILITE DE REALISATION : dans le mois qui suit la commande sous réserve de la disponibilité d'un formateur.

MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

Questionnaire d'évaluation à chaud.

Evaluation des acquis et de la capacité à réaliser les livrables lors de la session de rappel à M+1.

CONTENU DE LA FORMATION / DEROLE CONDUIRE LE CHANGEMENT

JOURNEE 1

- Objectifs d'un Plan Marketing Opérationnel (PMO)
- Prérequis et planning pour l'élaboration d'un PMO
- La place du PMO dans la mise en œuvre de la stratégie de l'Entreprise
- Contenu détaillée du PMO

JOURNEE 2

- Construction du PMO
- Priorisation des actions (méthode de priorisation)
- Comment bien vendre le PMO aux équipes terrain ?

SEANCE DE RAPPEL (à M+1)

- Relecture et challenge du projet de PMO travaillé entre les deux séances.
- Rappel de quelques fondamentaux
- Conseil pour une mise en œuvre réussie