

Concevoir et rendre opérationnel un plan marketing



OBJECTIFS

- Comprendre et intégrer la démarche marketing
- S'approprier les méthodes pour construire son plan marketing
- Mettre les clients au centre des préoccupations de votre structure
- Etre capable de construire un plan marketing, le rendre opérationnel
- Impliquer toute l'équipe dans les actions

CONTENU

JOURNEE 1

- Bilan du plan d'action marketing opérationnel N-1 : Evaluer avec des indicateurs
- Mettre en place une stratégie marketing, c'est un état d'esprit et un ensemble de techniques et d'outils d'analyse
- Savoir-faire une étude de marché efficace et efficiente
 - L'analyse des clientèles, les nouvelles clientèles, l'évolution dans leur comportement d'achat et leurs nouvelles motivations
 - L'analyse de l'offre, de la concurrence
- Choisir son positionnement
- Choisir les couples marchés/produits

JOURNEE 2

- LE MARKETING DANS L'ACTION
- COMPOSER LE MARKETING OPERATIONNEL
 - Définir la politique: Produit, Prix, Distribution, Communication
 - Règles à respecter et planification
- ECRITURE DU PLAN MARKETING OPERATIONNEL
- DEFINITION DES OBJECTIFS QUANTITATIFS GLOBAUX
- CA
- Objectifs clients
- Choix des canaux de distribution
- Objectifs de communication
- TABLEAU DE BORD ET SUIVI

JOURNEE 3

- Le management opérationnel : savoir transmettre la stratégie à ses équipes
- Définir des indicateurs de performance
- Constaté les dysfonctionnements et mettre en place des actions correctives



POURQUOI CETTE FORMATION ?

Le marketing ne s'improvise pas, il s'anticipe et se communique à toute son équipe. Le marketing doit être compris par tous les niveaux de l'entreprise. Construire un plan marketing, c'est anticiper le devenir de sa structure et développer son chiffre d'affaires.

DATES

Les 15 & 16 mars 2018 et 4 juin 2018

LIEU

Pontivy

INTERVENANT

K. ESTAUN/TOURISM DEVELOPMENT

PUBLIC

Directeurs de structures et responsables de pôles

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis technique

MÉTHODOLOGIE

Présentation PowerPoint

Conseils personnalisés (envoi d'un questionnaire préformation)

Un support multimédia remis à chaque participant avec une boîte à outils

Chaque participant devra réaliser une stratégie afin de quitter la formation en ayant un plan d'action défini

Karine ESTAUN travaille donc avec une pédagogie impliquante et interactive afin que chacun soit acteur de sa formation et de sa progression.

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

A SAVOIR

Un SAV dans les 6 mois après la réalisation de la formation