



Mise à jour févr. 2025

Marketing opérationnel

Nantes / Rennes : 1050 € HT

Brest / Le Mans : 1050 € HT

Certification : NON

Durée 2 jours (14 heures)

« Délai d'accès maximum 1 mois »

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- Identifier et maîtriser les méthodes, les techniques et les outils du marketing opérationnel
- Construire les arguments et les messages clés
- Créer un vrai lien de coordination marketing/vente

PARTICIPANTS

- Toute personne en charge du marketing

PRE-REQUIS

- Pas de prérequis nécessaire
- Avoir suivi le stage « Marketing : les fondamentaux » est un plus

MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Remise d'un support de cours.

MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles,
- Sanction finale : Certificat de réalisation, certification éligible au RS selon l'obtention du résultat par le stagiaire

MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard. Nous préconisons 8 personnes maximum par action de formation en présentiel

MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES EN CAS DE FORMATION DISTANCIELLE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation uniquement synchrone en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprise comme en Intra-Entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, labs) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré. Nous préconisons 4 personnes maximum par action de formation en classe à distance

ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.

A L'ATTENTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Programme de formation

Introduction et objectifs (01h15)

- Présentation de la formation, des participants
- attentes spécifiques

Fondamentaux du marketing opérationnel (01h15)

- Analyse des besoins et comportements des clients
- Structuration des flux d'information entre le marketing et la vente

Construction d'un plan marketing opérationnel (01h15)

- Différents types de plans : marketing, communication, actions commerciales
- Mise en œuvre d'une stratégie efficace

Stratégie de communication (01h45)

- Segmentation, ciblage et positionnement
- Définition des objectifs et KPIs
- Structures types d'une campagne de communication

Outils et supports de communication (01h45)

- Supports d'aide à la vente
- Clés de réussite d'une campagne publicitaire
- Communication événementielle : salons, conférences, workshops

Digital & E-communication (01h45)

- Optimisation de la présence en ligne : référencement, bannières, newsletters
- Marketing mobile : SMS, MMS, 4G/5G, notifications push
- Stratégies d'e-mailing efficaces

Marketing direct et relationnel (01h15)

- Conception et exécution d'une campagne de marketing direct (mailing, couponing, newsletters)
- Techniques avancées : street marketing, marketing tribal et viral

Influence et réseaux sociaux (01h45)

- Création et animation d'une stratégie social media
- Blogs, forums et influenceurs : comment les exploiter ?
- Générer du buzz et engager une communauté

Relations presse et publiques (01h15)

- Stratégies de communication avec les médias
- Organisation d'événements et de relations publiques

Bilan et synthèse de la formation (01h15)

- Évaluation des acquis
- validation des compétences