

LE MARKETING STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL

Créer son plan marketing (valeurs, messages marketing, actions menées...)

REF : MC2020008

Le + :

Certificat d'attestation de formation après réussite de l'examen en ligne

Objectifs :

- Construire un plan marketing de A à Z
- Intégrer et s'appropriier les bons outils et bonnes pratiques
- Identifier les pratiques marketing adaptées



Pré-requis : Connaître les bases du marketing



Pour qui ? : Département marketing

Durée : 2 jours (14 heures)

Lieu : Dans nos locaux (cf planning)
Dans vos locaux (> 4 personnes)



CONTENU

- Identifier les objectifs
- Mener une étude marketing
- Identifier ses concurrents
- Définir ses KPI
- Utiliser la matrice SWOT
- Se différencier
- Etre percutant
- Définir un budget réaliste
- Mettre en place un plan marketing stratégique
- Mettre en place un plan marketing opérationnel
- Construire un planning
- Définir les outils et méthodes que l'on veut utiliser
- Travailler avec des prestataires
- Engager ses cibles (mails, newsletters...)
- Mesurer les résultats
- Choisir les bons outils de reporting
- Cas pratiques

Formations associées :

- Mener des études marketing
- Créer et faire vivre une offre
- L'omnicanal
- Analyser ses campagnes marketing