



# Marketing opérationnel

Mise à jour : Fév. 2024

**Durée** : 2 jours - 14 heures

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- 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

## PRÉREQUIS

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

## PARTICIPANTS

- Toute personne en charge du marketing

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants 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

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée
- Evaluation des acquis tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de stage à chaque apprenant
- 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

## MOYENS TECHNIQUES EN PRÉSENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard

## MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES À DISTANCE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation 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-Entreprises 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
- Les participants reçoivent une invitation avec un lien de connexion
- Pour toute question avant et pendant le parcours, une assistance technique et pédagogique est à disposition auprès de notre équipe par téléphone au 03 25 80 08 64 ou par mail à [secretariat@feep-entreprises.fr](mailto:secretariat@feep-entreprises.fr)

## ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

## 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

## ACCESSIBILITÉ

- 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. Notre organisme peut vous offrir des possibilités d'adaptation et/ou de compensations spécifiques si elles sont nécessaires à l'amélioration de vos apprentissages

## Programme de formation

### Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

#### Définition du marketing opérationnel

- Définition du marketing opérationnel
- Analyser les besoins des clients
- Structurer et dynamiser les échanges d'informations entre le marketing et la vente
- Connaître les différents plans : marketing opérationnel, stratégie de communication, plan de d'actions commerciales

#### Mettre en œuvre son plan marketing opérationnel

- Etapes
- Stratégie de communication : segmentation, ciblage, positionnement, objectifs
- Structures types

#### Connaître et utiliser les outils de communication et les supports d'aide à la vente

- Points clés d'une campagne de publicité

- Communication événementielle
- Argumentaires de vente
- Salons
- Campagnes de promotion

#### E-communication

- Internet : référencements, bandeaux, campagnes d'e-mailings, newsletters ...
- Téléphone : SMS, MMS, 3G, 4G ...

#### Marketing direct

- Mener une campagne de marketing direct : mailing, courrier, couponing, newsletter ...
- Elaborer son site web, faire le buzz
- Maîtriser les techniques du street marketing, marketing tribal, viral ...
- Utiliser les réseaux sociaux et les blogs
- Mettre en place des relations presse et publiques

#### Bilan, évaluation et synthèse de la formation