

Réussir votre marketing opérationnel les bons leviers d'actions

-Référence: **MR-174**

-Durée: **3 Jours (21 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Construire un plan marketing opérationnel Développer une campagne de marketing direct Diffuser sa communication sous différents médias Rédiger les supports d'aide à la vente Mesurer les actions

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsable marketing, chef de produit, chef de marché, responsable opérationnel.

Programme

- **Le champ d'action du marketing opérationnel**
 - Les tendances du marketing : s'approprier les notions de buzz, street marketing, marketing viral, tribal.
 - Les différents plans : marketing opérationnel, stratégique, communication, plan d'actions commerciales.
 - Exercice: Brainstorming et quiz pour s'imprégner des différentes notions d'une façon ludique.
- **Réussir le plan marketing opérationnel**
 - Les étapes du plan marketing opérationnel.
 - L'analyse du marché : concurrence, outils d'analyse.
 - La stratégie : segmentation, ciblage, positionnement.
 - Définir et mettre en oeuvre le mix marketing (4P) : produit, prix, place, promotion.
 - Etude de cas Construction d'un SWOT (Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces)) et d'un plan marketing opérationnel.
- **Les outils de communication et de promotion**
 - Les points clés d'une campagne de publicité : copy stratégie, media planning, critères d'efficacité.
 - La communication événementielle : monter une opération de RP, street marketing.
 - Exercice: Exercice: de créativité en sous-groupes à partir d'une copy stratégie.

Programme

- **Le marketing direct**
 - Mener une campagne de marketing direct : mailing, fax, bus-mailing, couponing, ISA, asilage, newsletter.
 - Exercice: Construction d'une opération de mailing de A à Z.
- **La communication électronique**
 - Internet : référencement dans les moteurs, affiliation, bandeaux, e-mailing, e-newsletters, suivi.
 - Téléphonie : SMS, MMS, 2G, 3G, vidéophonie, TV mobile, géolocalisation.
- **Travailler avec des prestataires externes en communication**
 - Sélectionner et évaluer les prestataires.
 - Exercice: Rédaction d'un brief.
- **Les supports d'aide à la vente**
 - Les argumentaires de vente : la méthode CAP-B.
 - Construire des messages attractifs.
 - Exercice: Création d'un argumentaire puis restitution devant le groupe avec l'objectif de les impliquer.
- **Contrôler et mesurer les résultats**
 - Evaluer la réussite : quels indicateurs pour quelle action et pour quel objectif ? Exercice: QCM ludique afin de réviser et intégrer toutes les notions apprises.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc