

## Marketing opérationnel

### Durée de la formation :

3 jours (21h)

### Horaires de formation :

08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00

### Pré-requis :

-

### Objectifs :

Un séminaire afin de maîtriser tous les aspects du marketing opérationnel afin de définir et concrétiser avec succès les plans d'action marketing et commerciaux sur le terrain.

Une formation avec des professionnels de haut niveau qui associent systématiquement théorie et pratique, exposés interactifs et activités pédagogiques.

### Cours suivant :

-

### Pour vous inscrire

Tel : 04 78 14 19 19

Email : [amra.info@atoutmajeur-ra.com](mailto:amra.info@atoutmajeur-ra.com)

Renseignement et planning des formations :

[www.atoutmajeur.com](http://www.atoutmajeur.com)

### Module 1 : Le marketing opérationnel dans la stratégie marketing

Situer le plan de communication dans la démarche marketing globale de l'entreprise

Se familiariser avec les évolutions et tendances en matière de pratiques.

### Module 2 : Construire le plan de communication

Découvrir et mettre en application la méthodologie pour définir le plan de communication opérationnelle : les objectifs, les cibles, les messages, le panorama des différents médias à destination de la cible, les étapes clés. Le brief aux prestataires de la communication.

### Module 3 : Développer une argumentation convaincante

Entraînement à l'argumentation avec des outils efficaces, en identifiant les leviers pour emporter la conviction de clients et prospects.

### Module 4 : La communication publicitaire

Connaître les fondamentaux de la communication en grands médias

S'entraîner à décrypter les communications de la concurrence.

Connaître les principaux indicateurs de l'efficacité publicitaire.

### Module 5 : La promotion

Identifier les différentes techniques de promotion, et les leviers les plus pertinents à activer en fonction des objectifs.

Connaître les principaux indicateurs de l'efficacité promotionnelle.

### Module 6 : Salons et relations publiques

Traiter les impératifs et bonnes pratiques d'une opération de relations publiques, de la relation avec la presse et les blogueurs, de l'organisation de salons et événements professionnels.

Connaître les principaux indicateurs de l'efficacité d'un salon et d'une opération de RP.

### Module 7 : La gestion de la relation client

Faire connaissance avec les outils et méthodes pour tirer le meilleur parti de la relation avec vos clients et leur proposer des offres efficaces correspondant à leur profil.

Connaître les facteurs clés de succès de la mise en place d'une solution de CRM.

## Marketing opérationnel

### Module 8 : Le marketing relationnel

Découvrir comment votre communication directe peut renforcer la relation de votre entreprise avec ses clients prioritaires, au service de l'efficacité commerciale.

Découvrir des exemples concrets d'entreprises qui se sont engagées avec succès en marketing relationnel.

### Module 9 : Le mailing

Utiliser les outils et techniques du mailing, premier poste budgétaire de communication des entreprises en France.

Aborder les fichiers et bases de données, facteurs clés de succès du mailing.

Connaître les indicateurs de l'efficacité d'une campagne de mailing, avec calcul du ROI, retour sur investissement.

### Module 10 : La communication internet

Aborder les facteurs clés de succès d'un site internet

Passer en revue la très grande richesse des leviers internet, et identifier en quoi ils peuvent contribuer à l'efficacité de votre plan de communication opérationnelle.

Juger les perspectives intéressantes de la communication sur les dispositifs mobiles : smartphones, tablettes, etc.

### Module 11 : Le-mailing

Maîtriser la complexité de l'e-mailing, et lister les règles à respecter pour optimiser le rendement de vos campagnes de conquête et de fidélisation.

Connaître les indicateurs de l'efficacité d'une campagne d'e-mailing, et, à chaque étape, lister les actions à entreprendre pour maximiser les résultats.

### Module 12 : Les aides à la vente

Faire le point sur tous les outils que vous pouvez mettre à la disposition des commerciaux : argumentaires, réponses aux objections, fiches produits, brochures, etc.

Identifier les outils les plus pertinents en fonction de vos objectifs.

Définir les conditions d'une bonne coopération entre le marketing et les ventes dans votre entreprise.

Pour vous inscrire

Tel : 04 78 14 19 19

Email : [amra.info@atoutmajeur-ra.com](mailto:amra.info@atoutmajeur-ra.com)

Renseignement et planning des formations :

[www.atoutmajeur.com](http://www.atoutmajeur.com)