

Marketing opérationnel pour PME

Durée de la formation :

3 jours en 2 +1

Horaires de formation :

08h45 - 12h30 / 13h45 – 17h00

Pré-requis :

Une expérience commerciale ou de dirigeant.

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 :

Management des ventes

Pour vous inscrire

Tel : 04 78 14 19 19

Email : amra.info@atoutmajeur-ra.com

Renseignement et planning des formations :

www.atoutmajeur.com

Module 1 : Le marketing opérationnel

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

Se familiariser avec les évolutions et tendances

Construire sa stratégie marketing par le Mix Marketing

Module 2 : Analyse segmentée du marché

Positionner son marché avec la cartographie 5P/5C

Imaginer une segmentation nationale et/ou locale

Analyser ses business plan en cours

Module 3 : Construire le Plan Marketing d'une opération

Utilisations des statistiques INSEE afin de mesurer le potentiel économique local.

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.

Comprendre les attentes et problématiques des entreprises de communication

Module 4 : La communication publicitaire

Connaître les fondamentaux de la communication

S'entraîner à décrypter les communications de la concurrence.

Connaître les principaux indicateurs de l'efficacité publicitaire..

Module 6 : Les actions événementielles

Traiter les impératifs et bonnes pratiques d'une opération de relations publiques, salons et événements professionnels.

Identifier les supports événementiels porteurs pour la vente en B to C

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.

Module 8 : Le marketing relationnel et les réseaux sociaux

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

Marketing opérationnel pour PME

Place des réseaux sociaux en amont et pendant les opérations commerciales.

Méthode recrutement de prospects qualifiés

Module 9 : 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 10 : e-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.

Pour vous inscrire

Tel : 04 78 14 19 19

Email : amra.info@atoutmajeur-ra.com

Renseignement et planning des formations :

www.atoutmajeur.com