

01

Marketing

Les fondamentaux du marketing opérationnel



14 heures (2 jours)



Toute l'année



10 stagiaires maximum



Présentiel

Descriptif : L'objectif de cette formation est de proposer une vision globale du marketing opérationnel pour en acquérir les bases et mettre en place des actions efficaces pour soutenir et booster son activité commerciale mais également en mesurer l'efficacité grâce à des outils statistiques.

Objectifs

- Maîtriser les bases du marketing opérationnel
- Initier une démarche marketing (outils, budget, un plan d'action, ...)
- Générer directement ou indirectement du business
- Mesurer l'efficacité des actions menées

Profils et prérequis

- Responsables marketing
- Directeur marketing

Moyens pédagogiques

- Support sur vidéo projecteur et paper-board
- Remise d'un livret de stage
- Apports théoriques et de cas pratiques

Notre Expert Axess

Mme Marine Dignonnet

Responsable marketing d'Axess Groupe

Programme

Les fondamentaux du marketing opérationnel

Analyse de l'environnement : SWOT

Segmentation et positionnement

Cibles et objectifs

Mettre en place marketing opérationnel

Les tendances du marketing

Définir les outils et le budget

Définir un plan d'action

Les points clés d'un marketing opérationnel réussi

La personnalisation de l'offre

Comment créer un contenu pertinent ?

Comment générer de l'engagement ?

Mesurer l'efficacité des actions mis en place

Les indicateurs pour mesurer le ROI des actions

Savoir interpréter les statistiques de campagne

La satisfaction clients

Les indicateurs pour mesurer la satisfaction clients

Comment mettre en place une enquête de satisfaction ?

Interpréter et suivre les indicateurs

L'animation d'un réseau

L'importance du lobbying et du réseau partenaires

L'animation de l'équipe commerciale

Pour plus d'information, rendez-vous sur le portail formation :

www.universite.axess.fr