ÉLABORER UN PLAN MARKETING STRATÉGIQUE

Les étapes clés d'un plan marketing stratégique efficace

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

BEST-OF

Ref. : C19MIXTRAI2

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1550 € HT

Repas inclus

Le plan marketing stratégique représente un enjeu majeur pour l'entreprise car il détermine les orientations clés. Ce stage vous apporte les techniques efficaces pour élaborer un plan marketing stratégique et les compétences nécessaires pour piloter sa mise en œuvre.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

11 et 12 déc. 2023

- **11/12/2023 09:00 --> 12/12/2023 17:30 à À distance**
  - 11/12/2023 09:00 --> 11/12/2023 17:30
  - 12/12/2023 09:00 --> 12/12/2023 17:30

OBJECTIFS

- S'approprier les étapes de la construction d'un plan marketing stratégique.
- Approfondir les techniques utilisées de construction d'un plan marketing stratégique.
- Décliner le plan marketing stratégique en plan d'action opérationnel.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Directeurs et responsables marketing, chefs de produits seniors, chefs de groupe, chefs de marché.

PRÉREQUIS

Posséder les bases du marketing produit et une expérience marketing.

COMPÉTENCES ACQUISES

Établir un plan marketing stratégique fiable.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Modules vidéos
Présentiel

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

E-quiz aval

PROGRAMME

Pendant
Élaborer un plan marketing stratégique

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation
- Comment réussir son diagnostic marketing ?
- Quelles étapes respecter pour réussir son plan marketing ?

Analyser son environnement et sa cible pour établir son diagnostic stratégique

- Faire l'état des lieux de sa concurrence : matrice de Porter.
- Appréhender son marché et ses opportunités : PESTEL, SWOT.
- Évaluer l'équilibre du portefeuille produits/segments existant : matrice BCG.
- Réaliser la segmentation de sa clientèle pour identifier ses cibles.
- Analyser le parcours d'achat pour définir sa stratégie de ciblage.

Définir ses objectifs marketing, son positionnement et sa stratégie de marque

- Déduire de son analyse de la situation des objectifs clairs, réalistes et atteignables.
- Formuler un positionnement stratégique différenciant : outils et méthodes.
- Construire son portefeuille produits/segments pour répondre aux attentes clients.
- Faire preuve d'innovation et de créativité pour définir une politique de marque impactante.

Concevoir, mettre en œuvre et suivre un plan d'action opérationnel

- Décrypter les étapes clés pour construire un plan marketing opérationnel performant.
- Élaborer un mix marketing performant et l'intégrer dans sans son plan marketing : les 7P
- Copy strategy, carré opérationnel… : créer des outils performants.
- Marketing direct, promotion des ventes, salons et événementiels… : choisir les canaux adaptés.
- Quantifier ses actions pour établir le budget marketing adapté.
- Ressources, planning : structurer le déploiement de son plan marketing opérationnel.
- Fixer les KPIs pertinents pour détecter et corriger les écarts : critères et outils de contrôle.

INTERVENANTS

Michel DUCAMUS
Michel Ducamus Conseil

Valérie LACROIX
DIOTIMA

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap 