



PILOTER ET RÉUSSIR SES PROJETS MARKETING

Adopter la démarche d'un chef de projet marketing transverse

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : C19MKPROJ

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1440 € HT

Repas inclus

L'utilisation de techniques de gestion de projet permet d'accroître les chances de succès de nombreuses opérations marketing. Dans un environnement concurrentiel, la réussite de vos projets marketing repose sur une gestion efficace.

Cette formation vous permet d'acquérir les compétences nécessaires pour **planifier, exécuter et évaluer vos projets** avec succès.

Pourquoi se former sur le pilotage des projets marketing ?

- Apprendre à structurer et gérer des projets marketing de manière méthodique et efficace.
- Développer des compétences en gestion de projet pour **coordonner les équipes et les ressources**.
- **Suivre et évaluer les performances** pour garantir l'atteinte des objectifs et optimiser les résultats.

OBJECTIFS

- Renforcer l'implication et la motivation des acteurs de ses projets marketing.
- Mieux gérer ses réunions dans le cadre de ses opérations marketing.
- Appliquer des techniques de gestion de projet à l'élaboration d'opérations marketing.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Marketeurs en charge de projets, chefs de produits, chargés d'études, chargés de communication.

PRÉREQUIS

Aucun

COMPÉTENCES ACQUISES

Gérer avec méthode un projet marketing, de la conception à l'exécution,

PROGRAMME

Pendant
Piloter et réussir ses projets marketing

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Qui sont les parties prenantes du projet ?



- Comment communiquer efficacement en mode projet ?
- Comment asseoir son management transversal ?

Maîtriser les bases de la gestion de projet appliqué au marketing

- Intégrer les tendances et défis de la gestion de projet d'aujourd'hui.
- Identifier la démarche de gestion de projet :
 - les principes,
 - une démarche spécifique de gestion de projet : le plan marketing,
 - l'importance des traces écrites.
- Appréhender les méthodes de gestion de projet classique et agile (Cycle en V, Waterfall, méthode agile...) et leur adaptation au marketing.
- Identifier les outils collaboratifs et digitaux (Trello, Clickup, Asana, Monday, Notion...).

Cadrer le projet et aligner les parties prenantes

- Les rôles et responsabilités des différents acteurs (sponsor, chef de projet, contributeurs, clients internes, les utilisateurs).
- **Atelier pratique** : quiz « qui fait quoi ? »
- Rédiger et structurer une lettre de mission, une note de cadrage.
- Quelques déclinaisons marketing : le brief études, le brief de communication...
- Construire un rétro-planning pour mobiliser les acteurs et prioriser les tâches.
- Initiation au diagramme de GANTT.
- **Atelier pratique** : Correction d'une note de cadrage pour un projet marketing.

Mener des réunions face à un sponsor, un client interne, un contributeur...

- Préparer un face à face dans le cadre d'un projet marketing et maîtriser les techniques pour mieux se comprendre (questionnement, reformulation, gestuelle, mots à éviter, aménagement de l'espace...).
- **Atelier pratique** : simulation de 2 à 3 entretiens en face à face (client / responsable projet, Contributeur / responsable projet).

Mener des réunions constructives avec son équipe projet

- Préparer une réunion avec son équipe projet (définition objectif, durée optimisée).
- Connaître les principales techniques d'animation : le tour de table, le débat, l'exposé, les ateliers, la créativité...
- **Ateliers pratiques** : Simulations de réunions projet et mise en application des techniques d'animation : point d'avancement, point budgétaire, séquence créative, réunion distantielle

Piloter, mesurer et valoriser le projet marketing

- Construire un tableau de bord de suivi du projet avec des KPI.
- Concevoir des livrables écrits clés (le compte-rendu de réunion, la note de cadrage, conseils pour la rédaction de compte-rendus efficaces..).
- Diffuser l'information pour mobiliser une équipe projet et promouvoir le projet
- Élaborer un retour d'expérience sur un ou plusieurs projets pour capitaliser sur l'expérience projet.

INTERVENANTS

Michel DUCAMUS

Consultant-formateur expert en marketing stratégique, marketing des services et marketing B2B

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



LIEUX ET DATES

Paris

23 et 24 juin 2025

26 et 27 nov. 2025