



BY ABILWAYS

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT



Ref. : C21CERTIMAS2

Durée :  
11 jours - 77 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 7140  
€ HT  
Particulier : 5980 € TTC

Code CPF : 235636

Code  
Dokelio AF\_0000025795  
:

# PARCOURS CERTIFIANT MARKETING STRATÉGIQUE - AVEC SIMULATION MARKETING

Élaborer, mettre en œuvre et piloter une stratégie marketing performante

Prendre en compte les avancées les plus récentes du marketing, les spécificités des secteurs, le marketing digital... fait partie intégrante du marketing stratégique. Ce parcours vous apporte des outils et méthodes pour :

- mettre en place un pilotage performant,
- augmenter l'efficacité de ses actions marketing,
- développer ses avantages concurrentiels.

\*Le module 3 de ce parcours certifiant s'appuie sur la simulation marketing Markstrat qui permet d'élaborer un plan marketing stratégique puis l'animer et l'adapter sur une simulation de 5 ans minimum. Utilisée dans 80% des 100 meilleures business schools du monde (Financial Times) et dans de grandes multinationales, c'est la référence mondiale du serious game en matière de marketing stratégique.

Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours certifiant marketing stratégique, validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

Suivre une formation certifiante sans passer la certification, c'est possible ! Contactez-nous au 01 85 53 47 56.

## OBJECTIFS

- Adopter une démarche d'innovation pour bâtir une recommandation stratégique
- Exploiter les données marketing pour concevoir stratégie omnicanale et customer centric
- Piloter la performance et l'exécution opérationnelle de sa stratégie marketing par ses collaborateurs

## POUR QUI ?

Directeurs de business unit, directeurs et responsables marketing, directeurs et responsables communication, directeurs commerciaux.

## PRÉREQUIS

- 5 ans d'expérience en marketing.
- Occuper ou évoluer vers une fonction managériale.

## COMPÉTENCES ACQUISES

Élaborer une stratégie marketing différenciante et réussir dans sa fonction de responsable marketing stratégique.

## PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quiz amont  
Modules vidéos  
Présentiel  
E-quiz aval

## PROGRAMME

Décrypter son environnement et sa cible pour élaborer sa stratégie marketing (Module 1 - 2 jours)

### Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Comment réussir son diagnostic marketing ?



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr  
Siret 712 010 362 000 28

- Comment définir ses objectifs ?

### **Analyser son environnement et sa cible pour établir son diagnostic stratégique**

- Faire l'état des lieux de sa concurrence : matrice de Porter.
- Mobiliser l'apport de la stratégie Océan Bleu pour créer de nouveaux espaces stratégiques.
- 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**

- Dédire 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.

Intégrer le marketing digital dans sa stratégie marketing (Module 2 - 3 jours)

### **Construire une stratégie marketing digital**

- Mener un audit digital interne et concurrentiel pour se positionner.
- Établir les attentes de ses cibles pour construire sa proposition de valeurs différenciante
- Cartographier son parcours client digital pour adapter son plan marketing digital
- Définir des objectifs SMART pour identifier les actions marketing digital à mener.

### **Formaliser un plan marketing digital**

- Paid, Owned et Earned : déterminer les actions de marketing digital sur l'ensemble des canaux de communication.
- Construire un planning prévisionnel pour valider le plan d'actions.
- Formuler des hypothèses de trafic, de conversion et calculer les coûts associés pour construire son budget.

### **Surveiller ses performances digitales en temps réel**

- Taux de conversion, taux de conversion... : fixer ses objectifs sur Google Analytics
- Tracking et outils de suivi : mesurer efficacement ses performances.
- Créer un dashboard sur Google Data Studio pour éditer des rapports personnalisés.

### **Définir une stratégie d'expérience client fluide et piloter ses parcours client**

- Définir une stratégie CX et ses objectifs.
- Développer la proximité clients, concevoir et décliner des personas.
- Adopter une vision transversale pour une expérience client sans couture : le Customer Journey Mapping.
- AB tests, heatmap, UX... : optimiser son expérience client en ligne.
- Saisir les opportunités de la data analyse et l'Intelligence Artificielle pour personnaliser ses parcours clients.

Formaliser et déployer son plan marketing stratégique - simulation marketing Markstrat\* (Module 3 - 3 jours)

### **Modules distanciels :**

- Comment réussir son diagnostic marketing ?
- Quelles étapes respecter pour réussir son plan marketing ?
- Ce parcours certifiant s'appuie sur la simulation marketing Markstrat qui permet d'élaborer un plan marketing stratégique puis l'animer et l'adapter sur une simulation de 5 ans minimum. Utilisée dans 80% des 100 meilleures business schools du monde (Financial Times) et dans de grandes multinationales, c'est la référence mondiale du serious game en matière de marketing stratégique.

### **Concevoir un plan d'action opérationnel performant**

- Décrypter les étapes clés pour construire un plan marketing opérationnel.
- Élaborer un mix marketing performant et l'intégrer dans 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.

### **Prévoir et évaluer la performance stratégique**



- Fixer les KPIs pertinents : critères et outils de contrôle.
- S'appropriier les enjeux clés de gestion et du business plan : conseil et retours d'expérience.
- Structure et finalité : rédiger un business plan cohérent.
- Relier son projet aux choix stratégiques et financiers de l'entreprise. : le business plan financier/opérationnel/projet.
- Construire les éléments financiers du Business Plan pour évaluer son projet et valoriser son attractivité.
- Présenter son business plan pour convaincre des décideurs.

Manager marketing : innover et performer avec votre équipe (Module 4 -2 jours)

### **Management collaboratif : instaurer un climat de confiance pour atteindre les objectifs**

- Favoriser les spirales collaboratives et l'intelligence collective.
- Mobiliser les collaborateurs autour d'une vision et de valeurs communes pour atteindre les objectifs fixés.
- Engagement, coresponsabilité, flexibilité : responsabiliser dans les choix et impliquer dans la résolution des problèmes.
- Développer une culture ouverte et collaborative pour mieux innover : encourager le travail en mode projet.
- Adopter une communication transparente pour déléguer la prise de décision et encourager les prises d'initiatives.

### **Management créatif : stimuler l'émergence de solutions innovantes**

- S'inspirer des principes du Growth Hacking pour anticiper les changements et accélérer les cycles d'innovation.
- Imaginer et proposer des innovations disruptives et ambitieuses : méthodes et outils.
- Fluidifier le processus d'innovation et rationaliser les efforts grâce aux méthodes Agiles.
- Valoriser l'échec et l'audace pour tester et s'améliorer : le mode test & learn.

### **Management humaniste : instaurer un climat de confiance propice à l'innovation**

- Créer les conditions optimales pour cultiver la motivation de ses collaborateurs : ambiance, célébration, espaces de travail.
- Créer un espace et des temps de libre expression : réunions, évènements, réseaux sociaux...
- Points individuels, polyvalence des missions... : investir dans chaque collaborateur pour maintenir l'engagement.
- Instaurez des feedbacks réciproques pour progresser collectivement.
- Trouver un juste équilibre entre exigence, confiance, reconnaissance et encadrement pour libérer la témérité.

Certification Professionnelle Responsable Marketing Stratégique (1 jour)

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM Responsable Marketing Stratégique attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Organisme qualifié par l'ISQ – OPQF.

## **INTERVENANTS**

François GRAFFAN

Michel DUCAMUS

Consultant  
A.M.P.W.

Magali HUBERT

Anne Catherine OUVRARD

Vincent CHAIGNEAU

Co-fondateur de Owl Marketing  
OWL MARKETING





Alan CALLOC'H  
Expert Marketing Digital  
SOCIÉTÉ BEGLOB

Sébastien MOREL

Ludovic Mattern

Renaud ALQUIER

Karim LEKHCHINE

## MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET 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 :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation. Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail. 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.

## LIEUX ET DATES

### À distance

15 févr. au 25 mai 2022  
09 mai au 31 août 2022  
26 oct. 2022 au 26 janv. 2023

### Paris

02 nov. 2021 au 10 févr. 2022  
07 déc. 2021 au 17 mars  
2022

### Lyon

09 mai au 31 août 2022

05 janv. au 25 mars 2022  
24 janv. au 27 avr. 2022  
19 avr. au 08 juil. 2022  
06 sept. au 18 nov. 2022  
01 déc. 2022 au 09 mars  
2023  
15 févr. au 25 mai 2023

### Nantes

14 nov. 2022 au 16 févr. 2023

### Lille

15 févr. au 25 mai 2022

### Toulouse

26 oct. 2022 au 26 janv. 2023

