



MARKETING STRATÉGIQUE - AVEC SIMULATION MARKETING

Élaborer, mettre en œuvre et piloter une stratégie marketing performante

Intégrer les nouvelles tendances du marketing dans vos pratiques, aligner votre stratégie marketing à la stratégie de votre entreprise et prendre en compte le secteur d'activité dans lequel vous évoluez pour challenger votre vision sont autant de facteurs avec lesquels vous devez composer au quotidien pour bâtir une stratégie marketing efficace. Formation longue en marketing stratégique, le parcours certifiant marketing stratégique avec simulation marketing, vous apporte les outils et méthodes nécessaires pour développer un pilotage performant de vos actions et de leurs ROIs. En intégrant une brique de simulation avec markstrat*, cette formation mêle apports théoriques et mises en pratiques pour une meilleure opérationnalisation des concepts et méthodes appréhendés durant ces 11 jours.

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

Cette formation est soumise à étude de candidature, merci de cliquer sur :

[Téléchargez le dossier de candidature](#)

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

BEST-OF

NEW

CERT.

Ref. : C21CERTIMAS2

Durée :
11 jours - 77 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 8690 € HT

Repas inclus

Code
Dokelio : AF_0000025795

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.

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-quizz amont
Modules vidéos
Présentiel
E-quizz aval

PROGRAMME

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

Modules distanciels :

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

Analyser son environnement et sa cible pour établir son diagnostic stratégique



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

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



- 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.

Préparation à la 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 4 mois après la fin du parcours.
- Organisme qualifié par l'ISQ – OPQF.

INTERVENANTS

Michel DUCAMUS
Consultant
Michel Ducamus Conseil

François GRAFFAN
NEXT STEPS

Anne-Sophie DUTAT
Expert en Transformation Digitale & Changement
Anne-Sophie DUTAT

Renaud ALQUIER
ALQUIER Renaud

Philippe Gastaud
E-STRATEGIC

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.



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

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



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.

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.

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.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap 

LIEUX ET DATES

À distance

18 sept. au 06 déc. 2023



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

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