Formation Réussir votre marketing opérationnel

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92 | TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07 | E-MAIL : inscription@hubformation.com

Le champ d'action du marketing opérationnel est large : de la publicité dans la presse papier aux campagnes d'emailings en passant par la communication événementielle. Cette formation vous permettra de vous y repérer et vous apprendra comment décliner une stratégie marketing en un plan d'action opérationnel.

Référence	MAR
Durée	3 jours (21h)
Tarif	2 100 €HT
Repas	repas inclus

Objectifs

| Construire un plan marketing opérationnel
| Développer une campagne de marketing direct
| Diffuser sa communication sous différents médias
| Mesurer les actions

Public

| Directeurs et responsables marketing, chefs de produits, chefs de marchés, responsables commerciaux points de vente, responsables CRM ou relation client.

Prérequis

| Connaissances de base en marketing.

Programme de la formation

Appréhender le champ d'action du marketing opérationnel
| Distinguer le marketing opérationnel du marketing stratégique.
| Maîtriser les champs d'action du marketing opérationnel.
| Découvrir les évolutions et les tendances du marketing opérationnel.
| Echanges brainstorming et quiz sur le marketing opérationnel.

Elaborer son plan marketing opérationnel
| Analyser le marché : demande, concurrence et outils d'analyse.
| Elaborer une stratégie : segmentation, ciblage et positionnement.
| Définir le mix marketing : les 4P (Produit, Prix, Place et Promotion).
| Mettre en place son plan marketing opérationnel : objectifs, planning, budget...
| Travaux pratiques construction d'une analyse SWOT et élaboration d'un plan marketing opérationnel.

Utiliser des outils de communication, de promotion et d'aide à la vente
| Maîtriser les points clés d'une campagne de publicité on et offline : copy stratégie, média planning...
| Réaliser des supports d'aide à la vente : fiches produits, argumentaires, plaquettes, dépliants...
| Gérer la communication événementielle : évènements, opérations de relations publiques, street marketing...
| Travaux pratiques atelier de créativité à partir d'une copy stratégie. Création d'un argumentaire et restitution.

Lancer une campagne de marketing direct
| Connaître les spécificités et les conditions d'utilisation du marketing direct.
| Mener une campagne de marketing direct : mailing, couponing, ISA, télémarketing...

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)
- du 15 au 17 septembre 2025
- du 3 au 5 novembre 2025

PARIS
- du 8 au 10 septembre 2025
- du 27 au 29 octobre 2025

VOIR TOUTES LES DATES

| Acheter et louer des fichiers clients.
| Travaux pratiques construction d'une opération de mailing de A à Z.

Intégrer des outils digitaux dans son marketing opérationnel
| Comprendre la révolution digitale.
| Appréhender les nouveaux comportements clients.
| Utiliser le Web et le mobile : emails, newsletters, SMS, chat, géolocalisation, apps...
| Améliorer sa présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...)
| Echanges sur l'utilisation des médias sociaux dans le marketing opérationnel.

Contrôler et mesurer les résultats
| Définir des indicateurs en fonction des actions et des objectifs.
| Elaborer un tableau de bord : indicateurs, clignotants, alertes...
| Sélectionner et évaluer des prestataires externes.
| Echanges elaboration d'un tableau de bord marketing opérationnel.

Méthode pédagogique

Chaque participant travaille sur un poste informatique qui lui est dédié. Un support de cours lui est remis soit en début soit en fin de cours. La théorie est complétée par des cas pratiques ou exercices corrigés et discutés avec le formateur. Le formateur projette une présentation pour animer la formation et reste disponible pour répondre à toutes les questions.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.