

Marketing

Construire un Plan Marketing orienté client

Durée : 2 jours

Agenda : Dates sur mesure

Format : Présentiel ou en mixte présentiel / distanciel (full distanciel non recommandé)

Tarif : [Nous contacter](#) pour un devis personnalisé pour une formation sur mesure

Objectifs de la formation

Objectif général

- Savoir élaborer un Plan Marketing structuré et pertinent, c'est-à-dire conçu pour répondre aux besoins et attentes de vos clients et développer votre performance sur vos marchés.

Objectifs détaillés

- Comprendre ce qu'est un Plan Marketing orienté client et les objectifs associés
- Appréhender le pas à pas de conception d'un Plan Marketing
- Se familiariser avec les outils utilisés dans le cadre de la conception du Plan Marketing

À qui s'adresse la formation ?

Public visé

Entreprises : responsables et opérationnels Marketing

Niveau

Tous niveaux

Pré requis

Cette formation ne nécessite pas de pré requis

Programme de la formation

Une formation se déroulant sur 2 jours et organisée en 4 modules ponctués d'exercices pratiques organisés autour d'un cas fil rouge.

Module 1 : Fondamentaux du Plan Marketing orienté client

- Introduire la notion de Marketing orienté client
- Présenter le Plan Marketing et son articulation dans le système de planification et de pilotage des entreprises
- Partager les objectifs assignés au Plan Marketing et les enjeux associés à son processus d'élaboration

Module 2 : Pas à pas de conception d'un Plan Marketing orienté client & Phase de diagnostic

- Présentation des grandes étapes
- Décortiquer la phase diagnostic : quels objectifs ? quelles données nécessaires ? Avec quelles personnes travailler ? Quels outils mobiliser ?

Module 3 : Phase de réalisation des choix

- Passer du diagnostic à la détermination des grands enjeux du Plan Marketing
- Comprendre son marché / son portefeuille clients et définir ses priorités
- Assigner des objectifs en face de ses cibles prioritaires et les quantifier

Module 4 : Phase d'identification des leviers & Phase de structuration du Plan Marketing (Feuille de Route, Business Plan, Storytelling)

- Identifier et qualifier les leviers pour répondre aux objectifs définis
- Projeter les projets / actions sous-jacentes sous forme de feuille de route
- Partager les grands principes de modélisation du Business Plan
- Raconter son Plan Marketing au travers d'un storytelling simple et intelligible

Pédagogie et Adaptation

Méthode pédagogique

Cette formation alterne présentation de concepts, méthodes et outils nécessaires à la conception du Plan Marketing, partage d'exemples concrets, réalisation d'exercices pratiques organisés autour un cas fil rouge notamment, et échanges stagiaires - formateur. Un support de formation est remis systématiquement aux stagiaires

Adaptation de la formation

La formation peut s'adapter aux besoins de l'entreprise :

- Ajustement de la durée des modules aux besoins des stagiaires
- Personnalisation des supports et des outils proposés (mise à la charte / logo de l'entreprise)
- Conception de cas pratiques basés sur les données transmises par l'entreprise

Informations pratiques

La formation se fera dans nos locaux (Paris 7e) ou dans les locaux de l'entreprise, et/ou en visio.

Chaque session peut accueillir un nombre maximal de 12 participants.

Evaluation des acquis de la formation

La progression des participants est évaluée tout au long de la formation à travers divers dispositifs d'évaluation adaptés (QCM, mises en situation, travaux pratiques, auto-évaluations, ...).

Un certificat de réalisation est remis à l'issue de celle-ci.

Évaluation de la satisfaction

La satisfaction est évaluée en fin de formation.

Financement

Cette formation peut être financée sur le budget formation de votre entreprise

Accessibilité et Handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Pour plus d'informations, consultez notre rubrique [Accessibilité](#) ou contacter notre référent handicap à l'adresse institut-referenthandicap@vertone.com