

Boosteur de votre Chiffre d'Affaires

**Objectifs :**

Passer du marketing stratégique au marketing opérationnel.  
Bâtir une stratégie de marketing opérationnel.  
Utiliser les outils du marketing opérationnel.

**Public concerné et prérequis :**

Chef d'entreprise, responsable marketing, responsable produits, responsable commercial, personne en charge de l'animation du développement des ventes de l'entreprise.  
Avoir des notions en marketing.

**Qualification des intervenants :**

Formateur diplômé d'enseignement supérieur dans le marketing stratégique et opérationnel, ayant une expérience significative dans le monde professionnel.

**Moyens pédagogiques et techniques :**

- Méthodes actives adaptées à la formation pour adultes,
- Salle de cours équipée en moyens multimédia,
- Supports pédagogiques, études de cas, cas pratiques.

**Durée, effectifs :**

14 heures, soit 2 jours.  
6 stagiaires maximum en salle.

**Programme :**

- Comprendre le marketing MIX et la segmentation, pour amener une réponse appropriée,
- Comprendre les évolutions des comportements d'achat par la révolution digitale,
- Placer le client et son parcours d'achat dans la démarche marketing,
- Bâtir une stratégie de marketing opérationnel en lien avec la stratégie marketing,
- Utiliser les outils du marketing opérationnel appropriés à la segmentation,
- Connaître les principaux outils du marketing opérationnel (email, print, SMS, salons...),
- Adapter le marketing opérationnel aux budgets de son entreprise,
- Mesurer l'efficacité de ses campagnes.

**Modalités d'évaluation des acquis :**

Test théorique par séquence pédagogique.

**Sanction visée :**

Attestation de formation.