

Marketing opérationnel

Référence : 5-CL-MAOP

Durée : 2 Jours

Objectifs

- Identifier et maîtriser les méthodes, les techniques et les outils du marketing opérationnel
- Construire les arguments et les messages clés
- Créer un vrai lien de coordination marketing/vente

Prérequis

- Avoir suivi le stage « Marketing : les fondamentaux » est un plus

Public

- Toute personne en charge du marketing

Moyens pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine
- Pédagogie participative et active, support de cours remis à chaque participant, vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard
- Feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction, attestation de stage

Choisir AGINIUS

C'est choisir la **proximité** avec une capacité d'intervention dans 100 villes en France et 45 centres accueillant les interentreprises.

C'est choisir la **compétence** avec plus de 300 experts dans différents domaines : une offre de formation de plus de 400 programmes standards, une élaboration sur mesure de programmes spécifiques en fonction de vos besoins en intraentreprises, une clientèle allant au-delà de 5000 entreprises, administrations et collectivités locales.

C'est choisir un **réseau** assurant une réelle capacité logistique avec plus de 200 salles équipées et une capacité d'accueil avec 2000 stagiaires par jour....

Programme

1. Définition du marketing opérationnel

- Analyser les besoins des clients
- Structurer et dynamiser les échanges d'informations entre le marketing et la vente
- Connaître les différents plans :
 - marketing opérationnel
 - stratégie de communication
 - plan d'actions commerciales (PAC)

2. Mettre en oeuvre son plan marketing opérationnel

- Les étapes à suivre
- Stratégie de communication : segmentation, ciblage, positionnement, objectifs
- Structures types

3. Connaître et utiliser les outils de communication et les supports d'aide à la vente

- Points clés d'une campagne de publicité
- Communication événementielle
- Argumentaires de vente
- Salons
- Campagnes de promotion

4. E-communication

- Internet : référencement, bandeaux, campagne d'e-mailings, newsletter...
- Téléphone : SMS, MMS, 3G, 4G, ...

5. Marketing direct

- Mener une campagne de marketing direct : mailing, courrier, couponing, newsletter,...
- Élaborer son site web, faire le buzz
- Maîtriser les techniques du street marketing, marketing tribal, viral,...
- Utiliser les réseaux sociaux et les blogs
- Mettre en place des relations presse et publiques

Prochaines sessions inter-entreprises

aginius
formation

© aginius 2019

www.aginius.fr
0 806 110 240