

## Formation Marketing Expert : Gérer un service Marketing

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ <b>Durée :</b>                                               | 2 jours (14 heures)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| ■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>                             | 1 500,00 CHF HT (standard)<br>1 200,00 CHF HT (remisé)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| ■ <b>Public :</b>                                              | Responsable de service Marketing - Directeur Marketing - Chef d'entreprises                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ■ <b>Pré-requis :</b>                                          | Disposer de connaissances avancées en terme de Marketing - Avoir une expérience significative en terme de management                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ■ <b>Objectifs :</b>                                           | Créer et organiser son équipe Marketing - Communiquer avec son équipe - Fixer les objectifs                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ■ <b>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li><li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li><li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li><li>• Un formateur expert.</li></ul>                                       |
| ■ <b>Modalités d'évaluation :</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li><li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li><li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li><li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li></ul> |
| ■ <b>Sanction :</b>                                            | Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ■ <b>Référence :</b>                                           | MAR100184-F                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                 |                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ <b>Note de satisfaction des participants:</b> | Pas de données disponibles                                                                                                                                                        |
| ■ <b>Contacts :</b>                             | commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73                                                                                                                                              |
| ■ <b>Modalités d'accès :</b>                    | Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.                                               |
| ■ <b>Délais d'accès :</b>                       | Variable selon le type de financement.                                                                                                                                            |
| ■ <b>Accessibilité :</b>                        | Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins |

## Introduction

L'innovation et la performance comme leitmotiv

Présentation de la formation

## Facteurs clefs de succès de son service Marketing

La communication

La formation

La connaissance de l'entreprise

L'innovation

## Les acteurs internes du service Marketing

Assistants Marketing

Chef de produit

Responsable Marketing

Organisateur d'événements

Responsable E-Marketing / Réseaux sociaux

Autres acteurs

## Les acteurs externes du service Marketing

Direction générale

Service Commercial

Service RH

Autres services de l'entreprise

Prestataires

Clients

## **Le directeur Marketing**

Les tâches du directeur

Son positionnement dans l'entreprise

Les qualités essentielles du directeur Marketing

## **Les objectifs du service Marketing**

Objectifs traditionnels d'évolution du CA et des ventes

Autres objectifs

Comment fixer les objectifs

## **Organisation du service Marketing**

Tâches annuelles du service Marketing

Plan Marketing

Réunions

## **Risques du service Marketing**

Non atteintes des objectifs

Débordements budgétaires

Défaillance d'acteurs et prestataires

Perte de marché ou de distributeurs

Autres risques

**Atelier : lister les risques auxquels peut être confronté son entreprise**

## **Stratégie Marketing**

Produits

Positionnement

Parcours d'achats

Supports de communications privilégiés

Organisation et planification

## **Définir son équipe Marketing**

Dimensionner son équipe

Lister les compétences à avoir

Recruter les compétences

## **Gérer son équipe Marketing**

- Fixer les objectifs collectifs
- Fixer les objectifs individuels
- Suivre l'activité de son équipe
- Recadrer en cas de difficulté

## **Travailler avec des prestataires**

- Spécifier ces besoins de prestataires
- Choisir ses prestataires
- Suivre les prestations
- Evaluer les prestations

## **Méthodologie**

- Préparation : Objectifs, Risques, etc
- Définir la stratégie Marketing
- Définir son équipe
- Choisir ses prestataires
- Suivre l'activité de son service
- Evaluer

## **Tableaux de bords**

- Tableaux de bords des actions collectives
- Tableaux de bords des actions individuelles
- Autres tableaux de bords

## **Conclusion**