

MARKETING

Elaborer le plan marketing annuel de l'entreprise

Public	Encadrement intermédiaire et supérieur
Objectifs de formation	<ul style="list-style-type: none"> ● Prendre conscience de l'enjeu du plan marketing annuel de l'entreprise ● Apprendre à guider la réflexion marketing, à élaborer le plan et à conduire ses actions en s'y référant tout au long de l'année
Prérequis	Managers débutants à confirmés
Contenu pédagogique	<p>Pourquoi un plan marketing ? les enjeux La méthodologie d'élaboration et les différentes étapes du plan marketing L'analyse de la situation La matrice de positionnement de l'entreprise La définition des objectifs annuels La réflexion stratégique L'élaboration du plan d'action : choix des cibles, actions à mettre en oeuvre, évaluation budgétaire le pilotage des actions et les outils de pilotage</p>
Méthodes pédagogiques	<p>Alternance d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition vers la pratique professionnelle via étude de cas concret d'entreprise(s) et élaboration du plan marketing correspondant Support de formation complet remis aux participants</p>
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	<p>Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires</p>
Moyens techniques	Données commerciales, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban