

Gérer un projet marketing

Durée: 2 jours

Objectifs: Identifier les compétences marketing clés à pérenniser et à développer dans l'entreprise. Disposer de techniques efficaces pour gérer un projet.

Profils: Toute personne souhaitant anticiper le mouvement marketing, collaborateurs, managers, chefs de service ou responsables en charge de la gestion de projet marketing.

Méthodes: Etude de cas et jeux de rôle. Echanges entre les participants et des retours d'expériences autour des bonnes pratiques.

Prérequis: Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.

Évaluation: L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

L'approche marketing

Le produit et l'offre

La cible et les besoins

La distribution et la communication

La concurrence

Organiser la veille concurrentielle : les informations du terrain

Suivre l'évolution du paysage

Evaluer ses parts de marché

Se différencier pour exister

L'identité du produit

L'identité de l'entreprise

Les outils de communication pour être identifié

Le plan média

Bâtir un plan de communication

Gestion de projet et rétro-planning

Evaluer les retours et chiffrer les résultats