

OBJECTIF:

Cette formation va démontrer comment un bon plan marketing opérationnel peut devenir un outil majeur du développement des ventes, des résultats et de la satisfaction clients et salariés. Un peu de théorie pour comprendre les mécanismes et le fonctionnement des marchés et beaucoup de cas réels et concrets pour ne jamais oublier que seul le « terrain » décide.

FORMATION EN 5 THÈMES :

-  **1. Etat des lieux :** rapide constat des connaissances en marketing. Présentation des fondements et concepts clés du marketing. Marketing stratégique et marketing opérationnel.
-  **2. Les fondamentaux :** Le marché et ses acteurs. Les différentes théories marketing. Budget et plan marketing. Les 4P. L'étude de marché. Analyse de la concurrence. Lancement et vie d'un produit. Le marketing digital. La communication. Marketing et relations commerciales
-  **3. De la théorie à la pratique, exemples réels et cas concrets :** analyse d'échecs et de réussites. Quelques repères et clefs pour s'adapter et être profitable sur des marchés volatiles.
-  **4. Le marketing dans tous ses états :** suivant le produit, le marché, l'interlocuteur, la valeur... Comment adapter mon plan marketing opérationnel aux BtoB, BtoC, services, associations, organisations humanitaires...etc
-  **5. Marketing et chiffres :** En évitant les « usines à gaz » inutilisables, les investissements en marketing et communication doivent être chiffrés. Création et mise en place d'outils simples de suivi quantitatif et qualitatif des investissements et actions marketing.

PUBLIC :

-  1. En priorité toute personne en contact et en posture décisionnelle avec le marché de l'entreprise. Direction commerciale, marketing, commerciaux, technico-commerciaux, ADV, acheteur, assistant, marketing, SAV...
-  2. Enseignants, étudiants d'école de commerce, de Master, d'IUT, formation continue...
-  3. Plus largement, tout individu, acteur de l'entreprise : entrepreneur, club d'entreprises, associations de dirigeants, CJD, collectivité locales...

MODULARITE :

Nous nous adaptons en fonction de vos souhaits précis de formation, vos budget et disponibilité. Vous trouverez au verso des exemples de modules répondant à des demandes étudiées et définies avec nos clients.

INTERVENANT :

Benoît BERNARD, diplômé de l'European Business School, cumule plus de 30 années d'expérience du management achat, commercial, marketing, de la prospection et la négociation en BtoB et BtoC : en « tirant les sonnettes » ou via Internet, jusqu'à la vente à l'export d'équipements industriels complexes. Créateur et manager d'entreprises et d'un Groupement d'Employeurs, il intervient ou enseigne dans des club d'entreprises, grandes écoles (commerces, ingénieur), IUT...

En 2017, il a créé InPromans Conseil qui vous accompagne de son savoir-faire opérationnel dans les domaines du management, du développement commercial-marketing, et de la formation.

MODULES :

Les modules de formation, Marketing et Communication, peuvent être adaptés à vos souhaits et besoins.

Il est possible de faire du sur-mesure et de croiser des modules avec d'autres formations, par exemple : Prospection & Négociation Commerciales...etc.

Modules		Objectifs pédagogiques	Contenu	Durée	
N°	Désignation			Heure(s)	Jour(s)
K-1	MARKETING Les bases	Cours de marketing pour comprendre et acquérir par l'exemple concret, les fondamentaux.	- Le marketing dans tous ses états. - Les fondamentaux du marketing - Stratégie et plan marketing. - Echecs /succès marketing - Marketing et ventes	35	4+1*
K-2	MARKETING Opérationnel	Découvrir les techniques marketings fiables pour booster les ventes.	- Le marketing dans tous ses états. - Stratégie et plan marketing. - Echecs /succès marketing. - Le marketing booste mes ventes.	21	2+1*
K-3	MARKETING BtoB	Découvrir les techniques marketing BtoB pour améliorer la satisfaction clients/salariés et les résultats.	- Le plan mktg/communication BtoB. - Particularités essentielles du BtoB. - La démonstration - négociation. - La vente, l'après-vente et le SAV.	28	3+1*
K-4	MARKETING Digital	S'assurer que les outils marketing les plus récents boostent les ventes.	- Marketing et digital. - Stratégie et plan marketing. - Intérêt de tout savoir des clients. - Le marketing booste mes ventes.	14	1+1*
K-5	MARKETING Prospection	Découvrir et mettre en œuvre des techniques fiables de prospection en BtoB.	- Le plan mktg/communication. - Outils de communic./prospection. - Prospecter <u>les</u> décideurs en BtoB. - De la prospection à la vente.	21	2+1*
K-6	MARKETING Résultats	Utiliser toutes les données marketing pour vendre et gagner plus.	- Bases de données marketing. - L'étude de marché - Interpréter et utiliser les chiffres - Actions concrètes et rapides.	21	2+1*

Par ces formations InPromans apporte conseil et savoir-faire OPERATIONNELS pour les marchés français et exports. Le principe de toutes nos formations :

- 1/3 de théorie indispensable pour maîtriser les fondamentaux.
- 1/3 de confrontation et d'analyses à partir d'exemples réels et concrets.
- 1/3* de retour et d'expérience après mise en pratique sur le terrain.

InPromans ne propose que des formations orientées résultats. Pourquoi remettre à plus tard ?

Vous en conviendrez les besoins de formation, de mises à jour des connaissances, de validation des acquis (VAE), de prises de recul... existent !

Tentez l'expérience SANS LE MOINDRE ENGAGEMENT, et cherchons ensemble la formation ADAPTEE A VOS BESOINS par téléphone 06 33 54 78 14 ou mail : benoit.bernard@inpromans.com