



EPSILONEO

EPSILONEO
190 RUE TOPAZE, 13510 EGUILLES
SIRET : 10216976000018

PROGRAMME DE FORMATION

**Mettre en œuvre des actions de marketing
opérationnel et développer la
communication commerciale**

06 69 45 00 41
epsiloneo.contact@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : 06 69 45 00 41 / epsiloneo.contact@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation

Aucun prérequis

Public concerné

- Commerciaux
- Chargés de communication
- Responsables marketing
- Entrepreneurs
- Assistants commerciaux et marketing
- Toute personne souhaitant renforcer ses compétences en marketing opérationnel et communication commerciale

Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Identifier les fondamentaux du marketing opérationnel et analyser les besoins d'un marché cible
- Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action marketing adapté aux objectifs commerciaux de l'entreprise
- Élaborer des supports et messages de communication commerciale efficaces et impactants
- Déployer des actions de communication multicanales en utilisant les outils digitaux et les réseaux sociaux
- Mesurer la performance des actions marketing et commerciales afin d'optimiser la relation et la fidélisation client

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux pour illustrer les concepts
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet et d'outils pratiques adaptés au contexte des participants
- Accompagnement individualisé : Temps dédiés au coaching individuel et à la personnalisation des apprentissages
- Évaluations formatives : Exercices d'auto-évaluation et quiz permettant de mesurer la progression des acquis tout au long de la formation

Durée

21 heures

Tarif

700 € TTC

Planning de formation

Jour 1 : Fondamentaux du marketing opérationnel

08h00 - 08h30 : Accueil et cadrage de la formation

- Présenter les objectifs et le déroulement de la formation
- Identifier les attentes des participants
- Réaliser un diagnostic des pratiques marketing existantes

08h30 - 10h00 : Comprendre le marketing opérationnel

- Définir les concepts clés du marketing opérationnel
- Identifier les leviers de développement commercial
- Analyser le positionnement d'une offre sur son marché

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Analyser son marché et ses clients

- Identifier les besoins et attentes des clients
- Segmenter une clientèle cible
- Construire un persona marketing pertinent

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Construire un plan d'action marketing

- Structurer un plan marketing opérationnel
- Définir des objectifs commerciaux mesurables
- Planifier des actions adaptées aux cibles visées

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Élaborer une offre commerciale attractive

- Déterminer les arguments de vente différenciants
- Construire une proposition de valeur claire
- Adapter l'offre aux attentes du marché

Jour 2 : Communication commerciale et outils digitaux

08h00 - 08h30 : Réactivation des acquis

- Réaliser une synthèse des notions abordées
- Identifier les points de vigilance
- Répondre aux questions des participants

08h30 - 10h00 : Concevoir une communication commerciale efficace

- Structurer un message commercial impactant
- Utiliser les techniques de communication persuasive
- Adapter la communication selon la cible

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Utiliser les supports de communication

- Identifier les différents supports de communication
- Concevoir des contenus commerciaux attractifs
- Harmoniser l'image et l'identité visuelle de l'entreprise

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Déployer une communication digitale

- Utiliser les réseaux sociaux dans une logique commerciale
- Planifier une campagne digitale simple
- Exploiter les outils numériques pour promouvoir une offre

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Développer la relation client

- Identifier les facteurs de fidélisation client
- Structurer une communication relationnelle efficace
- Gérer les retours et réclamations clients

Jour 3 : Pilotage des actions commerciales et évaluation

08h00 - 08h30 : Retour sur les acquis précédents

- Consolider les connaissances acquises
- Identifier les difficultés rencontrées
- Préparer les travaux pratiques de la journée

08h30 - 10h00 : Piloter une action marketing

- Définir des indicateurs de performance
- Mesurer les résultats d'une campagne commerciale
- Analyser les écarts entre objectifs et résultats

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Mettre en œuvre une campagne commerciale

- Élaborer une campagne promotionnelle complète
- Structurer un calendrier d'actions
- Répartir les moyens et ressources nécessaires

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Atelier pratique et étude de cas

- Construire un mini plan marketing opérationnel
- Concevoir des supports de communication commerciale
- Présenter une stratégie commerciale adaptée à un cas concret

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Évaluation finale et clôture

- Réaliser une mise en situation professionnelle
- Présenter les travaux réalisés devant le groupe
- Formaliser un plan d'action individuel post-formation

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation commerciale complète où chaque participant devra démontrer sa capacité à construire une action de marketing opérationnel et une communication commerciale cohérente, suivie d'un débriefing personnalisé avec le formateur.