

Piloter son portefeuille produits au quotidien

Dérouler et adapter le plan marketing

Objectif général

Être capable de mener à bien les actions marketing prévues au plan, en s'adaptant aux résultats et aux évolutions du marché

Objectifs

- Mettre en place des outils de suivi pertinents et opérationnels - Interpréter les écarts - Définir et mettre en oeuvre les actions correctives sur l'ensemble des éléments du mix - Gérer son temps et prioriser ses actions

Programme

- Les outils de veille concurrentielle et les tableaux de bord marketing :
 - La définition d'indicateurs pertinents
 - L'interprétation des évolutions et des écarts
 - L'identification des leviers d'action pour réduire les écarts
- Le reporting : quels outils pour le suivi marketing interne et la communication externe
- L'adaptation du plan marketing et sa déclinaison sur les différents éléments du mix
- La gestion du temps et la priorisation des actions : enjeux, outils



Efficacité professionnelle



Gestion de projet



Marketing commercial

Les plus

- échanges en grand groupe - mises en situation, jeux de rôle - exercices en sous-groupes

Public
Chefs de produit, fonctions marketing, dirigeants de TPE/PME

Prérequis
Maîtriser les fondamentaux du marketing opérationnel

Durée
2 jours (14 heures)

Lieu
A définir

Coût
Me contacter pour un devis personnalisé

Estelle ELIBOL

0785275612
esli.formation.conseil@gmail.com

Forte de 17 ans d'expérience dans des postes marketing, commercial, en BtoB et BtoC, je mets mes compétences au service des entreprises pour les accompagner dans leur développement.

