

## MARKETING OPÉRATIONNEL

Durée	2 jours	Référence Formation	5-CL-MAOP
-------	---------	---------------------	-----------

### Objectifs

Identifier et maîtriser les méthodes, les techniques et les outils du marketing opérationnel  
Construire les arguments et les messages clés  
Créer un vrai lien de coordination marketing/vente

### Participants

Toute personne en charge du marketing

### Pré-requis

Pas de prérequis nécessaires  
Avoir suivi le stage « Marketing : les fondamentaux » est un plus

### Moyens pédagogiques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.  
Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.  
En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.  
Formateur expert dans son domaine d'intervention  
Apports théoriques et exercices pratiques du formateur  
Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants  
Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants  
Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

### PROGRAMME

#### Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

- Analyser les besoins des clients
- Structurer et dynamiser les échanges d'informations entre le marketing et la vente
- Connaître les différents plans : marketing opérationnel, stratégie de communication, plan de d'actions commerciales

#### Définition du marketing opérationnel

- Etapes
- Stratégie de communication : segmentation, ciblage, positionnement, objectifs
- Structures types

### **Mettre en œuvre son plan marketing opérationnel**

- Points clés d'une campagne de publicité
- Communication événementielle
- Argumentaires de vente
- Salons
- Campagnes de promotion

### **Connaître et utiliser les outils de communication et les supports d'aide à la vente**

- Internet : référencement, bandeaux, campagnes d'e-mailings, newsletters ...
- Téléphone : SMS, MMS, 3G, 4G ...

### **E-communication**

- Mener une campagne de marketing direct : mailing, courrier, couponing, newsletter ...
- Elaborer son site web, faire le buzz
- Maîtriser les techniques du street marketing, marketing tribal, viral ...
- Utiliser les réseaux sociaux et les blogs
- Mettre en place des relations presse et publiques



**CAP ÉLAN FORMATION**

[www.capelanformation.fr](http://www.capelanformation.fr) - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : [contact@capelanformation.fr](mailto:contact@capelanformation.fr)

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

version 2025