MARKETING - MARKETING DIGITAL

Marketing opérationnel : bâtir un plan d'actions, l'exécuter et le mesurer

La stratégie est écrite mais le quotidien se joue ailleurs. Les actions sont décidées au fil des demandes commerciales les campagnes se préparent dans l'urgence et les supports arrivent après le lancement. Personne ne sait dire ce qu'a rapporté l'opération du trimestre précédent. Ces 14 heures portent sur l'exécution et non sur les choix stratégiques. Le participant construit son plan d'actions marketing annuel le décline en campagnes coordonne les supports et les équipes commerciales pilote son budget puis mesure les retombées de chaque action pour ajuster le plan suivant.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 690 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Chargés de marketing assistants marketing responsables de produit et commerciaux qui déploient les actions sur le terrain.

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Construire un plan d'actions marketing annuel à partir des orientations de l'entreprise
- Décliner le mix marketing en actions concrètes et datées
- Préparer et coordonner une campagne sur plusieurs canaux
- Piloter le budget et les prestataires d'une opération
- Mesurer les retombées d'une action et en tirer des corrections

03 Programme détaillé

M1 Du cadre stratégique au plan d'actions

- Traduire les orientations en décisions
- Lecture des orientations et des objectifs commerciaux
- Choix des actions par cible et par offre
- Priorisation selon les moyens disponibles
- Construction du plan annuel et des temps forts
- Atelier : Chaque participant pose la trame de son plan d'actions sur douze mois.

M2 Le mix marketing au quotidien

- Offre prix distribution communication
- Adaptation de l'offre et des arguments de vente
- Politique de prix promotions et offres d'essai
- Animation des circuits de distribution
- Choix des canaux de communication par cible
- Cohérence des messages entre les canaux
- Cas pratique : Les participants construisent le mix opérationnel du lancement d'une offre.

M3 Préparer et conduire une campagne

- Tenir les délais et le budget
- Brief de campagne et rétroplanning
- Production des supports et circuits de validation
- Coordination avec les équipes commerciales
- Suivi du budget et relation avec les prestataires
- Gestion des imprévus avant le lancement
- Mise en situation : Les participants établissent le rétroplanning d'une campagne à quatre semaines de son lancement.

M4 Mesurer et ajuster

- Rendre compte de ce qui a été fait
- Indicateurs par action et par canal
- Remontée des données commerciales
- Calcul simple du retour d'une opération
- Bilan de campagne et enseignements
- Ajustement du plan pour la période suivante
- Atelier : Chaque participant rédige le bilan d'une action passée et en tire deux corrections.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 690 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr