MARKETING - MARKETING DIGITAL

Marketing pour non-marketeur : décoder, dialoguer et contribuer aux décisions

Participer à une réunion marketing sans en maîtriser le vocabulaire met en difficulté : positionnement, persona, mix, notoriété, acquisition, taux de conversion. Les décisions se prennent sur des critères qui paraissent flous et il devient difficile d'exprimer un désaccord ou de défendre une contrainte métier pourtant légitime. Deux jours pour acquérir les repères essentiels : logique de segmentation et de positionnement, composantes du mix, grandes familles d'actions et indicateurs courants. À l'issue de la formation, chaque participant sait lire un plan marketing, poser les bonnes questions et formuler une demande recevable.

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
Dirigeants de PME responsables techniques financiers ou administratifs assistants et toute personne amenée à travailler avec une équipe marketing sans en être issue.

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 :

- Employer correctement le vocabulaire marketing courant
- Décrire une segmentation et un positionnement d'offre
- Identifier les composantes du mix et leurs interactions
- Lire un plan marketing et en repérer les points faibles
- Formuler une demande claire à une équipe marketing

03 Programme détaillé

M1 Les repères du marketing

- Mettre des mots justes sur des pratiques courantes
- Distinguer marketing stratégique et marketing opérationnel
- Comprendre segmentation ciblage et positionnement
- Situer la marque par rapport à l'offre
- Lire les termes les plus employés en réunion
- À retenir : Le positionnement est un choix d'exclusion autant qu'un choix d'affirmation.

M2 Le client au centre

- Savoir de qui l'on parle
- Construire un persona à partir d'éléments observés
- Décrire un parcours d'achat étape par étape
- Repérer les moments où le client décide ou renonce
- Distinguer besoin exprimé et besoin réel
- Atelier : Rédaction d'un persona et du parcours associé pour un client type de l'entreprise du participant.

M3 Le mix et les actions

- Comprendre les leviers dont dispose une équipe
- Relier offre prix distribution et communication
- Situer les canaux numériques et physiques
- Distinguer les actions de notoriété et les actions de conversion
- Estimer l'effort et le délai d'une action
- Cas pratique : Analyse d'un lancement d'offre avec identification des décisions prises sur chaque composante du mix.

M4 Lire un plan et dialoguer

- Passer du spectateur au contributeur
- Repérer la structure d'un plan marketing
- Comprendre les indicateurs présentés et leurs limites
- Formuler une demande avec son objectif son délai et sa contrainte
- Poser les questions qui font avancer un arbitrage
- Mise en situation : Réunion simulée de présentation d'un plan où chacun questionne les choix et défend une contrainte métier.

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