

## Formation Marketing Expert : Gérer un service Marketing

<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Public :</b>	Responsable de service Marketing - Directeur Marketing - Chef d'entreprises
<b>Pré-requis :</b>	Disposer de connaissances avancées en terme de Marketing - Avoir une expérience significative en terme de management
<b>Objectifs :</b>	Créer et organiser son équipe Marketing - Communiquer avec son équipe - Fixer les objectifs
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	MAR100184-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles

### Introduction

L'innovation et la performance comme leitmotiv  
Présentation de la formation

### Facteurs clefs de succès de son service Marketing

La communication  
La formation  
La connaissance de l'entreprise  
L'innovation

### Les acteurs internes du service Marketing

Assistants Marketing  
Chef de produit  
Responsable Marketing  
Organisateur d'événements  
Responsable E-Marketing / Réseaux sociaux  
Autres acteurs

### Les acteurs externes du service Marketing

Direction générale  
Service Commercial  
Service RH  
Autres services de l'entreprise  
Prestataires

Clients

## **Le directeur Marketing**

Les tâches du directeur  
Son positionnement dans l'entreprise  
Les qualités essentielles du directeur Marketing

## **Les objectifs du service Marketing**

Objectifs traditionnels d'évolution du CA et des ventes  
Autres objectifs  
Comment fixer les objectifs

## **Organisation du service Marketing**

Tâches annuelles du service Marketing  
Plan Marketing  
Réunions

## **Risques du service Marketing**

Non atteintes des objectifs  
Débordements budgétaires  
Défaillance d'acteurs et prestataires  
Perte de marché ou de distributeurs  
Autres risques

**Atelier : lister les risques auxquels peut être confronté son entreprise**

## **Stratégie Marketing**

Produits  
Positionnement  
Parcours d'achats  
Supports de communications privilégiés  
Organisation et planification

## **Définir son équipe Marketing**

Dimensionner son équipe  
Lister les compétences à avoir  
Recruter les compétences

## **Gérer son équipe Marketing**

Fixer les objectifs collectifs  
Fixer les objectifs individuels  
Suivre l'activité de son équipe  
Recadrer en cas de difficulté

## **Travailler avec des prestataires**

Spécifier ces besoins de prestataires  
Choisir ses prestataires  
Suivre les prestations  
Evaluer les prestations

### **Méthodologie**

Préparation : Objectifs, Risques, etc  
Définir la stratégie Marketing  
Définir son équipe  
Choisir ses prestataires  
Suivre l'activité de son service  
Evaluer

### **Tableaux de bords**

Tableaux de bords des actions collectives  
Tableaux de bords des actions individuelles  
Autres tableaux de bords

### **Conclusion**