

# Elaborer son plan marketing

## Pour qui ?

Directeurs marketing récemment promus et non issus des filières traditionnelles du marketing.

## Objectifs :

Replacer le plan marketing dans la stratégie de l'entreprise.  
Maîtriser les méthodes pour bâtir son plan marketing.  
Contrôler l'impact du plan marketing.  
Communiquer sur le plan marketing pour motiver les collaborateurs.



© Anatoly Maslennikov / Fotolia

## Programme :

### 1. Connaître les biens-fondés du plan marketing

- Suivre la stratégie d'entreprise et le plan d'action commercial
- Identifier les enjeux du plan marketing
- Discerner les missions et tâches de celui qui porte le plan marketing

### 2. Maîtriser le process d'élaboration du plan marketing

- Repérer les questions à se poser en amont (où, combien, comment et quand)
- Assimiler les outils de base (segmentation, positionnement, marketing mix)
- Déterminer le chiffrage du plan et son calendrier

### 3. Connaître les indicateurs de suivi du plan marketing

- Définir et sélectionner ses indicateurs clefs
- Suivre les objectifs à partir du SI
- Privilégier certaines actions marketing
- Qui fait quoi (en interne, en externe)

### 4. Comment communiquer sur le plan marketing

- Partir de la vision stratégique qui constitue le projet d'entreprise
- Démontrer ce en quoi il participe au succès d'entreprise
- Partager pour faire adhérer à ce projet commun plus qu'au projet d'expert

## Les + pédagogiques :

- Animation basée sur alternance d'apports conceptuels, de présentation d'outils et supports et de définition des méthodes, techniques et process adéquats.
- Travail en individuel et/ou en collectif.

Commercial, Marketing et  
Distribution