



Les managers marketing opérationnel et développement commercial sont, aujourd'hui, confrontés à de multiples défis: optimisation de l'efficacité commerciale, e-business et marketing digital, internationalisation des activités marketing et commerciales, concentration et accroissement de la taille critique des entreprises. Le parcours Marketing opérationnel et développement commercial prépare les participants à mettre en œuvre les compétences qui permettront à leurs entreprises de faire face à ces nouveaux défis.

Contenus du parcours

Le parcours Marketing opérationnel et développement commercial comprend 4 modules de 6 jours. A ces 24 jours, le participant devra choisir un dernier module optionnel de 3 jours dans la liste ci-dessous.

Marketing stratégique (6 j)

- Création de valeur
- Segmentation et positionnement
- Etudes marketing
- Comportement d'achat BtoC
- Comportement d'achat BtoB

Marketing opérationnel (6 j)

- Piloter la gamme de produits/services
- Politique de marque
- Retail management
- Fixer les prix

Stratégie marketing digital (6 j)

- E-commerce et nouveaux business model
- Stratégie digitale BtoB, BtoC
- Veille stratégique via internet

Développement commercial (6 j)

- Management des forces de vente
- Négociation commerciale
- Pilotage de la relation marketing-commerciale

Les modules optionnels (3 j)

- Management de projet
- Key Account Management
- Conduite du changement organisationnel
- Clés pour la transformation numérique
- Pilotage et management