

MARKETING OPERATIONNEL

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES.

Maîtriser les outils du marketing opérationnel pour en faire de véritables leviers d'actions commerciales.

Monter, conduire et réussir des actions Marchés.

Considérer le marketing opérationnel comme

« *nerf de la guerre commerciale* ».



AXES ESSENTIELS.

Le rôle du marketing opérationnel

entre la fonction marketing et la production commerciale.

Adaptation du plan d'action aux objectifs commerciaux.

Développement des ventes aujourd'hui et construction de la stratégie pour demain.

PUBLIC :

Chefs de produits, Chefs de marche,
Responsables Marketing,
Dirigeants PME-PMI et TPE.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Alternance théorie
et mises en situation pratiques.