

Fonction - Directeur Marketing



Durée conseillée

2 jours soit 14 heures

Tarif selon devis



www.abisformation.fr

MARKETING

Le Directeur Marketing est un acteur incontournable au sein de la hiérarchie commerciale et un relais fondamental de l'entreprise auprès de ses autres fonctions. A la fois stratège et organisateur, il participe à la définition et à la mise en œuvre de la stratégie marketing afin de décliner les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Format

Sur-mesure
Groupe de 12 stagiaires maximum

CONTENU

- La fonction marketing et le métier de Directeur Marketing
 - Dimension stratégique de la fonction marketing dans l'entreprise
 - Rôles du Directeur Marketing
 - Positionnement par rapport aux autres services
 - La maîtrise des différents types de marketing
- Directeur Marketing - Stratège
 - Marketing stratégique et marketing opérationnel
 - Aider l'entreprise à adopter une orientation « satisfaction client »
 - Mesurer la concurrence et analyser les facteurs d'influence
 - Savoir établir le bon positionnement
 - Les différents outils d'analyse stratégique à disposition
- Directeur Marketing - Organisateur
 - Organiser le service marketing
 - Dimensionner le service
 - Déterminer les rôles et responsabilités
 - Sélectionner et recruter les membres du service
 - Gérer l'activité de l'équipe marketing
 - Développer et tirer profit des synergies
 - Connaître les éléments de motivation de ses collaborateurs
 - Conduire les entretiens individuels
 - Former les membres de l'équipe : pourquoi et comment ?
 - Superviser et contrôler les résultats de l'équipe
 - Gérer les relations avec les prestataires
 - Dans quels cas sous-traiter
 - Les types de prestataires
 - Bien définir les règles du jeu
 - Réaliser un brief efficace
 - Sélectionner et évaluer les prestataires
- Les outils du directeur marketing
 - L'intelligence économique
 - Les sources de connaissance du marché
 - Le plan marketing stratégique et opérationnel

Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables :

- D'identifier les différentes facettes du métier de Directeur Marketing
- D'utiliser l'ensemble des méthodes et outils à mettre en œuvre dans la fonction
- D'organiser l'activité marketing

Public

Directeurs et responsables marketing, directeurs d'études, directeurs de projet marketing, cadres étant amenés à accéder à un poste de direction marketing

Pré-requis

Avoir travaillé au préalable dans des postes liés au marketing

Profil Intervenant

Formateur junior, senior ou expert

- Ayant minimum 10 ans d'expérience professionnelle
- Jusqu'à plus de 10 ans d'animation de formation
- Recrutés selon un processus de sélection normé

Pédagogie

- **Démarches** : déductive, inductive, dialectique
- **Méthodes** : démonstrative, interrogative, expositive, découverte, analogique
- **Formation-action**

Formations complémentaires

Conquérir de nouveaux clients
Fidéliser les clients : techniques et outils

Nos pratiques qualité

- Personnalisation du contenu de formation possible, en fonction des objectifs du Client
- Remise d'un support pédagogique personnalisé et d'une attestation de fin de formation à chaque stagiaire

Références bibliographiques

Etudes marketing et opinion -
Fiabilité des méthodes et bonnes pratiques
Auteurs : Syntec - Etudes marketing et opinion
09/2007

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION sont concepteurs de ce contenu

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION - 27 rue de la Bienfaisance 75008 PARIS - Tél : 01 44 70 01 69 / Fax : 01 44 70 01 79
ABIS FORMATION : Sarl au capital de 10 710 € - Siret : 443 421 284 000 29 - ABIS INSTITUTION : Sarl au capital de 3 000 € - Siret : 499 850 089 000 16