



Fondamentaux Marketing Opérationnel

Lien : <https://maroc-performance.com/formation/fondamentaux-marketing-operationnel>

🕒 DURÉE
3 jours (21h)

📁 RÉFÉRENCE
MC61

📁 CATÉGORIE
**Marketing
Opérationnel,
Marketing Direct et
Relationnel**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Connaître tous les ressorts du marketing opérationnel
- ✓ Décliner le plan marketing stratégique en plan marketing opérationnel
- ✓ Construire un plan marketing opérationnel multicanal
- ✓ Rédiger les messages clés et les supports d'aide à la vente

POUR QUI ?

- ✓ Responsable marketing opérationnel en prise de fonction
- ✓ Manager marketing opérationnel et communication
- ✓ Chef de produit
- ✓ Chef de marché
- ✓ Assistant chef de produit
- ✓ Manager commercial en charge du marketing opérationnel
- ✓ Chef de projet marketing opérationnel
- ✓ Chef de projet marketing multicanal
- ✓ Chef de projet marketing et communication
- ✓ Chargé(e) de communication marketing
- ✓ Responsable de promotion

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Introduction

- Définition et principes
- Coordination avec le marketing stratégique
- Les actions marketing sur le terrain
- Le produit et la relation client au centre du marketing opérationnel

2 / Les outils du marketing opérationnel

- Le mix marketing, les actions commerciales
- La promotion des ventes
- La documentation de communication
- Le merchandising
- Le marketing direct
- Le mailing, l'emailing et le SMS

3 / Intégrer les étapes clés de la démarche marketing

- Aligner stratégie marketing et opérationnel
- Établir une stratégie de communication cohérente (magic-circle) : Objectif, cible, message, support
- Définir les objectifs de la communication
- Construire et cibler ses personas
- Définir sa stratégie de contenu avec l'ABM

4 / Construire des messages percutants

- Créer des messages attractifs
- Élaborer des argumentaires de vente adaptés aux motivations des clients :
- Motivations d'achats : REPÈRES
- Bénéfices clients : APB

5 / Préparer son plan marketing opérationnel

- Réaliser son analyse de marché et son étude client : marché, demande, concurrence, consommation
- Définir sa stratégie client : segmentation, ciblage et positionnement
- Adopter une approche « customer centric » et digital pour optimiser son mix marketing
- Concevoir un mix communication omnicanal : message, cibles, motivations et bénéfices client
- Les étapes clés de construction du plan marketing : objectifs, choix tactiques, planning, budget, reporting de l'activité et suivi des coûts

6 / Élaborer le plan marketing opérationnel multicanal performant

- Les approches et outils en fonction des objectifs :
- Media (la copy strat), promotion des ventes ; marketing direct ; salons et événementiel...
- Travailler avec des prestataires
- Les approches centrées client

7 / Les actions webmarketing

- Panorama des outils : e-mailing, référencement, Display,...
- Les réseaux sociaux
- Le mobile marketing

8 / Contrôler et mesurer les résultats

- Évaluer le budget et les ressources nécessaires pour la mise en œuvre
- Évaluer ses campagnes : indicateurs clés, fiche action et support de pilotage

🔧 Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

🔄 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone** : +212 522 247 210

✉ **Email** : contact@maroc-performance.com

🌐 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

Document généré le 25/10/2026 — Réf : MC61
Maroc Performance — Tous droits réservés