JEUDI 18 DECEMBRE 2025

www.obea.fr

MKT07	3 jour(s)	Coût non défini

Les fondamentaux du marketing opérationnel

OBJECTIFS

- Maîtriser les mécanismes de base du marketing opérationnel
- Construire un plan marketing opérationnel
- Mesurer la performance de ses actions

PUBLIC

Responsables, chargés de marketing

PROGRAMME

1- Le marketing opérationnel au sein de l'établissement

- Le champ d'action du marketing opérationnel
- De la vision stratégique au déploiement terrain
- Support d'aide à la fonction commerciale

2- Les notions de base du marketing opérationnel

- Conquête, fidélisation
- Cible, segmentation, positionnement
- Besoin, marché, produit
- La différenciation
- L'avantage concurrentiel

3- S'approprier les outils du marketing opérationnel

- Le Marketing Mix (6P) : prospection, prix, produits, place, promotion, post-vente
- Le plan d'action marketing
- Les Bases de Données (BDD)
- Le CRM (Customer Relationship Management)

4- Bien utiliser les différents médias

- Print : mailing, faxing, bus-mailing, newsletter, ISA, asilage…
- Web : e-mailing, newsletter, buzz, référencement…
- Télémarketing

5- Mettre en place des outils de contrôle et d'évaluation

- Tableaux de pilotage et de suivi
- Coût d'acquisition d'un nouveau client
- CPM, ROI, Taux de fidélisation…

TOUTES LES SESSIONS