CONDUIRE UN PROJET MARKETING- Durée 35h

Objectifs

- Maitriser les fondamentaux du management de projet
- Maitriser les outils de management de projet traditionnels et agiles
- Piloter les changements induits par le projet

Public cible

- Marketeurs, Responsables fonctionnels
- Chefs de projets marketing, Décideurs et Utilisateurs

Pré-requis

- Une expérience au sein d'une équipe projet marketing est souhaitable

Programme

Structuration du projet marketing

- Analyse du contexte et veille concurrentielle
- Définition du cahier des charges marketing
- Identification des objectifs SMART et des cibles
- Détermination des moyens (humains, techniques, budgétaires)
- Choix des canaux et outils de communication digitale

Conception et estimation

- Élaboration du plan marketing (planning éditorial, budget, retroplanning)
- Définition des livrables et des jalons clés
- Estimation des coûts et allocation des ressources
- Détermination des KPI et modes de suivi

Planification et pilotage

- Organisation du projet : rôles, responsabilités, rétroplanning
- Utilisation d'outils de gestion de projet (Trello, Notion, ..)
- Gestion du contenu et de la production digitale
- Intégration du marketing ads et des outils d'analyse (Google Analytics, Meta Business Suite...)

Suivi, analyse et ajustement

- Suivi de l'avancement : trafic, conversion, engagement
- Lecture et interprétation des données de performance
- Ajustement des actions en fonction des résultats
- Présentation des résultats et bilan du projet

Communication et coordination d'équipe

- Techniques de communication efficace (réunions, reporting, feedback)
- Animation d'une équipe projet à distance
- Collaboration avec des prestataires externes (graphistes, rédacteurs, développeurs, etc.)
- Gestion des imprévus et des urgences

MOYENS TECHNIQUES ET HUMAINS :

- Intervenant : Formateur Professionnel
- Mobilisation des outils et auxiliaires utiles : paperboard, vidéoprojecteur…
- Possibilité de mettre à disposition des PC portables pour les stagiaires

METHODES PEDAGOGIQUES MOBILISEES :

- Alternance de méthodes affirmatives, interrogatives et actives
- Ressources de type formatives, évaluatives, de synthèses, de soutien, de mémorisation…
- Utilisation de Padlet

MODALITES D'EVALUATION :

- Des acquis
  - Fiche de renseignements en amont et questions
  - Evaluations formatives réalisées à l'aide de grilles critériées ;
  - Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation
  - Evaluation différée
- Evaluation satisfaction

- Rédaction d'un bilan d'action remis au commanditaire en cas de formation intra-entreprise