

<b><u>Lieu de déroulement :</u></b>	<b><i>RHConcepts</i></b> <b><i>5 Bis, rue Anfray</i></b> <b><i>76600 Le Havre</i></b> <b><i>Tél : 02.35.22.94.16</i></b>						
<b><u>Public/ Pré requis :</u></b>	Responsable Marketing, chefs de produits <b>Pas de prérequis</b>						
<b><u>Objectifs :</u></b>	Connaitre l'ensemble des outils du Marketing Opérationnel afin de définir un plan d'action efficace Faire le lien entre Marketing opérationnel et marketing stratégique						
<b><u>Programme complet :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Les fonctions Marketing Opérationnel dans l'entreprise</li><li>✓ Les fondements du Marketing Opérationnel</li><li>✓ Les 4 outils indispensables</li><li>✓ Les moyens de promotion à maîtriser</li><li>✓ Lien entre le Marketing Opérationnel et la vente</li><li>✓ Marketing Opérationnel et démarche CRM</li><li>✓ Les outils de contrôle</li></ul>						
<b><u>Moyens pédagogiques, technique et d'encadrement :</u></b>	<table border="0"><tr><td><input type="checkbox"/> Séances en salle</td><td><input type="checkbox"/> Powerpoint</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/> Etudes de cas</td><td><input type="checkbox"/> Exposés théoriques</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/> Création d'outils de contrôle</td><td></td></tr></table> <p>La formation sera assurée par M. Christophe VALLOT</p>	<input type="checkbox"/> Séances en salle	<input type="checkbox"/> Powerpoint	<input type="checkbox"/> Etudes de cas	<input type="checkbox"/> Exposés théoriques	<input type="checkbox"/> Création d'outils de contrôle	
<input type="checkbox"/> Séances en salle	<input type="checkbox"/> Powerpoint						
<input type="checkbox"/> Etudes de cas	<input type="checkbox"/> Exposés théoriques						
<input type="checkbox"/> Création d'outils de contrôle							
<b><u>Durée et date:</u></b>	7 Heures Du            au						
<b><u>Suivi, évaluation, validation :</u></b>	<input type="checkbox"/> Questions orales ou écrites <input type="checkbox"/> Attestation de stage						

