Stratégie marketing

Piloter et réussir ses projets marketing

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19MKPROJ | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 550 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Structurer les étapes clés d'un projet marketing transverse
- Mettre en œuvre les outils fondamentaux de gestion de projet appliqués au marketing
- Mobiliser et cadrer les principaux acteurs du projet

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

- Toute personne pilotant des projets marketing transverses : chefs de produits, chargés d'études, chargés de communication...

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Structurer les étapes clés d'un projet marketing transverse

- Appréhender les tendances et défis de la gestion de projet d'aujourd'hui.
- Identifier les phases d'un projet marketing (cadrage, planification, exécution, suivi).
- Identifier les parties prenantes et leurs rôles (sponsor, chef de projet, contributeurs, clients internes, les utilisateurs).
- **Atelier pratique** : quiz « qui fait quoi ? » sur les rôles et responsabilités.
- Formaliser une lettre de mission, une note de cadrage.
- Traduire un besoin interne en objectif projet opérationnel.
- **Atelier pratique** : Correction d'une note de cadrage pour un projet marketing.

Choisir et mettre en œuvre les outils fondamentaux de gestion de projet appliqués au marketing

- Distinguer les méthodes de gestion de projet classique, agile et hybride, et leur adaptation au marketing.
- Construire un rétro-planning pour mobiliser les acteurs et prioriser les taches.
- Maîtriser les outils visuels de planification (GANTT, kanban...).
- Identifier les outils collaboratifs et digitaux (Trello, Clickup, Asana, Monday, Notion...).

Mobiliser et animer une équipe projet sans lien hiérarchique

- Gérer les réunions en face à face.
- **Atelier pratique :** simulation de 2 à 3 entretiens en face à face (avec un client, un contributeur ou un manager de contributeur...).
- Préparer et conduire une réunion avec son équipe projet : kick-off, point d'avancement, comité créa, comité de pilotage.
- Maitriser les principales techniques d'animation : le tour de table, le débat, l'exposé, les ateliers, la créativité...
- Animer une réunion projet en distanciel : règles, outils, pièges à éviter.
- **Atelier pratique :** Simulations de réunions projet et mise en application des techniques d'animation : point d'avancement, point budgétaire, séquence créative, réunion distancielle.

Piloter, mesurer et valoriser le projet marketing

- Définir des KPI de suivi adaptés au marketing.
- Construire un tableau de bord de suivi du projet.

- Concevoir des livrables écrits clés : le compte-rendu de réunion, la note de cadrage, conseils pour la rédaction de compte-rendus efficaces...
- Valoriser l'information pour mobiliser une équipe projet et promouvoir le projet.
- Formaliser un retour d'expérience pour capitaliser sur l'expérience projet.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.