Stratégie marketing

The Practice : le plan marketing stratégique clé en main

1 jour (7h00) | 4,6/5 | MKT-C23PRACMAS | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 150 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Coconstruire son plan marketing stratégique et sa déclinaison opérationnelle
- S'approprier les outils d'aide à la décision et les challenger
- Fédérer autour du plan marketing stratégique

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

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

Avoir les connaissances de base du marketing produit et une expérience en marketing.

Public concerné

- Directeurs et responsables marketing,
- Chef de groupe, chef de marché en charge de collaborer à des plans marketing stratégiques*

*Plan marketing stratégique : plan marketing portant sur un périmètre transversal (gamme, marché, entreprise...) visant à définir les actions prioritaires à moyen – long terme (3 à 10 ans)

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

Une journée en groupe qui sera découpée en plusieurs ateliers autour des différentes étapes de la construction d'un plan marketing stratégique.

Synthétiser un diagnostic stratégique

- Atelier : simulation d'une séquence de synthèse d'un diagnostic stratégique
- Livrable :
    - Agenda et mode d'animation de la séquence
    - Format type de synthèse de diagnostic stratégique

Elaborer un SWOT stratégique

- Atelier : Simulation d'une séquence d'élaboration d'un SWOT partagé
- Livrable :
    - Agenda et mode d'animation de la séquence
    - Méthode de co-construction du SWOT

Fixer des objectifs stratégique

- Atelier : Simulation d'une séquence de fixation d'objectifs stratégiques
- Livrable :
    - Agenda et mode d'animation de la séquence
    - Méthode de sélection des KPIs et de définition des valeurs cibles

Positionner sa marque

- Atelier : Simulation d'une séquence de repositionnement d'une marque
- Livrable :
    - Agenda et mode d'animation de la séquence
    - Outil de positionnement de marque

Identifier les actions-clés et définir le plan d'action

- Atelier : simulation d'une séquence de fixation d'axes stratégiques puis de sélection des actions phares

- Livrable :
    - Agenda et mode d'animation de la séquence
    - Démarches de détection / sélection des actions par les axes stratégiques
    - Méthode de suivi du plan

En option : Deux demi-journées de coaching pour vous accompagner dans le déploiement du plan marketing stratégique au sein de votre entreprise.

Le contenu de ces deux demi-journées sera établi lors d'une journée de cadrage. Voici des exemples d'accompagnement que le mentor pourrait fournir lors de ce mentoring :

- Préparation du séminaire PMS : La première difficulté repose sur l'organisation même du séminaire. Le mentor vous challenge sur votre programme de séminaire déjà avancé : l'organisation des séquences, les modes d'animation, le timing, la composition du groupe, les documents préparatoires destinés aux participants, etc.
- Fond du PMS : La seconde difficulté consiste à prendre du recul pour juger de la cohérence du plan et des décisions actées durant le séminaire. Le mentor vous challenge sur vos résultats du séminaire : la pertinence du diagnostic, des KPIs, des axes stratégiques et du plan d'action.
- Préparation du document de présentation du PMS à l'instance de décision : La dernière difficulté consiste à convaincre l'instance de décision, dont les membres n'ont pas participé à la journée de réflexion, de la pertinence du plan stratégie marketing présenté. Le mentor vous challenge sur le support de présentation : la pertinence du storytelling, et la structure, la rédaction et le visuel de la présentation, etc.

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

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

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.