

Marketeur responsable

3 jours 17 heures et 30 minutes

Programme de formation

Public visé

- Directeur Marketing
- Chef de marque ou Chef de produit
- Responsable Innovation ou R&D
- Responsable communication
- Tous types d'entreprises (grands groupes comme PME) et Entrepreneur.e.s
- Possibilité de plusieurs personnes d'une même service pour optimiser le travail sur l'entreprise
- Personnes en situation de handicap : des conditions d'accessibilités peuvent être mises en place. Merci de nous en informer avant afin de convenir ensemble des modalités d'accueil.

Pré-requis

Connaître les bases du marketing

Objectifs pédagogiques

- Appréhender la nécessaire évolution des métiers du marketing pour intégrer les enjeux environnementaux et sociaux
- Découvrir et appliquer les outils stratégiques et opérationnels pour faire évoluer de manière cohérente marques et offres
- Prendre confiance sur sa capacité à animer la transformation en interne avec une approche concrète

Description / Contenu

Dans la mouvance de la Loi Pacte, une démarche RSE ne peut plus se contenter de travailler à rendre l'entreprise plus responsable sans questionner son offre ; la notion de Raison d'Etre ouvre la voie à un travail sur le sens de ce qui fait vivre l'entreprise.

Du côté des consommateurs également, la tendance à vouloir des produits plus responsables semble clairement s'accélérer depuis 2 ans... Tout ceci impose désormais aux marketeurs d'envisager l'intégration des enjeux sociaux et environnementaux comme un levier business autant que de résilience personnelle et de remobilisation des équipes.

Nous vous proposons d'aborder la force du marketing responsable avec une approche d'intelligence collective pour comprendre les outils et les appliquer avec bon sens à votre entreprise en 3 temps :

- Le 1er jour : les enjeux et la nécessité d'un engagement fort ; l'éco-socio-conception à la base de la démarche



- Le 2ème jour : la force de l'engagement en interne et en externe et ses nouveaux repères pour piloter la création de valeur ; travail sur sa propre démarche
- Une dernière 1/2 journée en ligne pour échanger sur les succès et les freins rencontrés par les participants pour la mise en place de la démarche dans leur entreprise

PRIX : 1500 €/personne pour les 2,5 jours. Nous consulter pour la participation de plusieurs personnes de la même structure et prise en charge CPF.

PROGRAMME DETAILLE

JOUR 1 :

Les enjeux et la nécessité d'un engagement fort :

- Les enjeux de résilience des entreprises en 2021
- Les attentes de Parties Prenantes (dont celles des consommateurs et des législateurs)
- Le défi des marques et du marketing responsable
- Les attentes des marketeurs et la notion d'éthique
- La Raison d'Etre, le positionnement engagé et la stratégie d'engagement
- *Analyse et échanges sur de nombreux exemples d'engagement*

L'éco-socio-conception à la base de la démarche de marketing responsable :

- La pensée cycle de vie (cycle de vie et impacts)
- Le principe d'éco-efficacité
- Les outils d'évaluation
- *Un exemple d'évaluation simplifiée co-construite par les participants*
- => La révolution du mix-marketing et du business-model

JOUR 2 :

La force de l'engagement en interne et en externe et ses nouveaux repères pour piloter la création de valeur :

- Un atout pour la facilitation du changement
- La transparence sur l'impact des produits et services comme moteur de la démarche de changement
- Le rôle clef de l'influence et l'éthique de la vigilance
- *Analyse et échanges sur de nombreux exemples de marketing d'influence*
- L'implication des Parties Prenantes
- Les indicateurs de pilotage internes et externes
- *Construction d'indicateurs à partir de cas concrets*

TRAVAIL SUR SA PROPRE DEMARCHE :

- *Travail sur son cas d'entreprise (SWOT et évaluation simplifiée de l'offre pour ébauche d'un engagement et d'un mix et/ou business model revisité)*
- Rappel des étapes et des facteurs-clefs de succès de la mise en place de la démarche

Entre jour 2 et jour 3 :

Continuation et mise en pratique du travail du participant dans son entreprise

JOUR 3 (1/2 journée en ligne, 1 mois après) :

Intelligence collective sur :

- *Etat des lieux de la mise en place de la démarche*
- *Les succès, les freins*
- *Les clefs pour l'implication des Parties Prenantes internes et externes (notamment consommateurs)*

Modalités pédagogiques

- Intelligence collective au service de l'appropriation des enjeux à l'amélioration de la mise en application de la démarche dans votre entreprise en passant par l'appropriation des outils.
- Action sur la posture et sur la démarche (pas seulement une formation "marketing" mais bien un travail sur votre manière de responsabiliser votre métier de marketeur). Prise de recul régulière pour mesurer et ressentir l'importance de la cohérence des outils au service d'un positionnement engagé
- Séquences où vous appliquez directement la démarche à votre entreprise
- De nombreux outils appliqués à partir d'études de cas, exercices et exemples pour en comprendre leur utilisation et leur potentiel. Illustration : Des outils d'évaluation des impacts de l'offre désacralisés par une séance collaborative sur un exemple.

Moyens et supports pédagogiques

- Salle de formation équipée (vidéo-projecteur, système audio) permettant de travailler en 2 ou 3 sous-groupes
- "Cahier du stagiaire" imprimé, distribué en 4 parties (les 4 1/2 journées en présentiel) avec les principaux outils et leurs modèles à compléter directement pour les études de cas et le travail sur votre entreprise
- Supports de type "paperboard" pour la mise en commun
- Travail en inter-session pour approfondir ou appliquer dans son contexte interne
- Nombreuses ressources mises à disposition (études, guides, liens vers vidéo-conférences, exemples)

Modalités d'évaluation et de suivi

Des exercices complètent chaque séquence et valident la compréhension des outils (a minima 1 par 1/2 journée)

Une évaluation flash à la fin des 2 premiers jours (en présentiel) de la formation

Une évaluation plus complète envoyée par mail 2 jours après la formation.

Suivi après les 2 jours en présentiel (et à planifier à la fin des 2 jours) :
une 1/2 journée en ligne pour faire un état des lieux