
Programme de Formation

Mesurer et piloter la performance marketing et communication

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique



Public visé

Responsables marketing, communication ou commerciaux souhaitant structurer l'évaluation et le pilotage de leurs actions.



Objectifs pédagogiques

- Identifier les outils d'évaluation pertinents selon les types d'actions marketing et communication.
- Définir des indicateurs de performance adaptés à ses objectifs.
- Construire des tableaux de bord efficaces pour suivre et ajuster ses campagnes.
- Exploiter les résultats pour améliorer en continu sa stratégie de communication.
- Savoir communiquer les résultats de manière claire et structurée.



Description

Jour 1

Matin : Cadrer sa démarche d'évaluation

Les étapes clés d'un audit de communication : cadrage, collecte, analyse.

Panorama des méthodes qualitatives : audit de climat social, image de marque...

Outils qualitatifs : focus groupes, photo-langage, portraits chinois.

Présentation des méthodes quantitatives : sondages, baromètres.

Élaborer des guides d'entretien et questionnaires exploitables.

Après-midi : Comprendre son environnement et ses cibles

Réaliser une analyse concurrentielle et des attentes consommateurs.

Construire une matrice SWOT à partir des données recueillies.

Atelier pratique : création d'un guide de recueil des données.

Jour 2

Matin : Construire et utiliser un tableau de bord

Sélectionner les indicateurs de performance adaptés aux actions.

Suivi des campagnes : relations presse, communication digitale, etc.

Organiser la remontée et la synthèse des données.

Atelier : création d'un tableau de bord personnalisé.

Après-midi : Exploiter les résultats et ajuster sa stratégie

Lire et interpréter les écarts entre prévisions et résultats.

Prendre des décisions correctives et arbitrer les actions à venir.
Capitaliser les résultats pour optimiser les futures campagnes.
Communiquer les résultats de manière efficace à ses parties prenantes.



Prérequis

Avoir déjà mené une ou plusieurs actions marketing ou de communication.



Modalités pédagogiques

- Notre approche pédagogique repose sur une alternance entre apports théoriques opérationnels et mises en pratique directement issues du contexte professionnel des participants.
- Chaque thème traité s'appuie sur des études de cas concrets et des exercices pratiques, conçus spécifiquement à partir des situations réelles rencontrées dans l'environnement professionnel des stagiaires.
- Nos méthodes favorisent l'adaptation aux besoins de chaque participant afin d'optimiser leur engagement et leur apprentissage.
- L'animation privilégie une pédagogie active, favorisant les échanges, l'analyse réflexive des pratiques et une adaptation continue aux réalités professionnelles des participants.



Moyens et supports pédagogiques

- Des supports pédagogiques numériques adaptés au contexte professionnel sont remis aux participants.
- Dispositifs pédagogiques variés sont mobilisés tout au long de la formation (études de cas, exercices pratiques, travaux en sous-groupes, mises en situation, jeux pédagogiques) favorisant l'apprentissage actif, collaboratif et l'appropriation des contenus.



Modalités d'évaluation et de suivi

- Un QCM est réalisé en début et en fin de formation afin d'évaluer l'évolution des connaissances.
- Le suivi des stagiaires est assuré tout au long de la formation à travers des ateliers pratiques, des mises en situation et des échanges permettant d'évaluer leur participation et leur progression.

Une attestation individuelle de formation sera remise à chaque participant à l'issue de la formation.



Informations sur l'accessibilité

Si vous êtes en situation de handicap, ou si vous rencontrez une difficulté pouvant impacter votre participation à la formation, n'hésitez pas à nous contacter. Nous étudierons ensemble les aménagements ou adaptations pédagogiques, matérielles ou organisationnelles à mettre en place pour vous accompagner dans les meilleures conditions.