

The Practice : le plan marketing stratégique clé en main

Avec The Practice, vous ne faites pas qu'apprendre, vous repartez avec une solution clé en main à appliquer

1 jour (7 heures)

Expertise

à partir de

1100 € HT par personne (TVA en vigueur) Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 06/10/2026. Document téléchargé le 07/10/2026.

Vous êtes responsable marketing et vous souhaitez :

- Définir vos priorités pour les années à venir
- Susciter l'adhésion de votre direction quant à votre vision
- Emmener votre équipe vers un projet marketing commun

The Practice est un format unique pour **challenger votre plan marketing** et en assurer le succès au sein de votre entreprise.

The Practice vous propose un format innovant :

- 1 journée d'atelier pour coconstruire un plan marketing stratégique sur un cas fil rouge.
- **En option** (Cout supplémentaire de 1960€) : 2 demi-journées de coaching personnalisé pour vous accompagner dans le déploiement de votre plan marketing stratégique (les dates et le contenu seront à définir ensemble lors d'une réunion de cadrage).

À travers une série d'ateliers pratiques en compagnie de vos pairs, vous serez confronté aux différentes méthodes de construction d'un plan marketing stratégique. Un mentor sera présent tout au long de la journée pour vous accompagner dans les différentes étapes du projet et pour vous challenger. Au terme de cet exercice, vous repartirez avec l'ensemble des clés nécessaires pour mettre en place votre plan marketing stratégique.

À la suite de cette journée d'atelier, l'expérience se poursuit grâce à un coaching individuel de 2 demi-journées. Votre mentor vous accompagnera dans l'élaboration et le déploiement de VOTRE plan marketing au sein de votre organisation.

Pourquoi y participer ?

- Monter en compétences grâce à la collaboration entre experts.
- Challenger votre approche du plan marketing stratégique.
- Bénéficier d'un accompagnement personnalisé pour déployer votre plan.
- Faire adhérer vos équipes et votre direction au succès de votre plan.

* Les deux demi-journées de coaching personnalisé sont recommandées mais ne sont pas obligatoires. Nous contacter pour plus d'informations. Un format sur-mesure pour votre entreprise est également disponible sur demande.

Objectifs

- Coconstruire son plan marketing stratégique et sa déclinaison opérationnelle
- S'appropriier 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.

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

Compétences acquises

- Établir un plan marketing stratégique efficace et repartir avec des livrables pour chaque étape de la construction d'un plan marketing stratégique.
- Susciter l'adhésion de ses équipes et de sa direction autour d'un projet marketing commun.

À qui s'adresse cette formation ?

- 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)

Prérequis

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

Programme

1 Pendant votre formation

Module 1 : Une journée d'ateliers en groupe sur le plan marketing stratégique (1 jour)

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.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Consultant, mentor et expert en marketing stratégique

Modalités 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.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)