



Assistant(e) Marketing et Communication

Connaitre les enjeux, outils et techniques



14 heures
2 jours



Lieu de formation
Dans votre entreprise.
Au centre de formation.



Pour qui ?

- ▶ Assistant(e) marketing et communication nouveau(elle) dans sa fonction.
- ▶ Assistant(e) chargée de la communication de son unité.



Prérequis

- ▶ Cette formation ne nécessite pas de prérequis.



Objectifs

- ▶ Mesurer les enjeux de la communication d'entreprise.
- ▶ Acquérir une vision globale et opérationnelle du marketing.
- ▶ Se repérer dans le panorama des outils online et offline du marketing.



Enjeux

- ▶ Acquérir les fondamentaux.



Points forts de la formation

- ▶ Les essentiels pour acquérir une vision globale du métier d'assistant communication et marketing afin d'être plus opérationnel(le).
- ▶ Formation pratique et personnalisée : chacun peut proposer ses exemples à améliorer ou à mettre en œuvre.



Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :



contact@possibility.fr



www.possibility.fr

Réf : FMK-10-0

**Découvrez le programme
de formation générique**



 **Programme****1^{ère} étape : Repérer les spécificités du rôle de l'assistant(e) au sein du service communication et marketing**

- Enjeux, territoires et acteurs de la communication d'entreprise.
- Connaître la démarche marketing.
- De la stratégie marketing au marketing opérationnel.
- Rôle, missions et compétences de l'assistant(e) de communication et marketing : sa contribution dans les 4 étapes de la démarche.

Exercice : Atelier pratique à partir d'une étude de cas.

2^{ème} étape : Préparer l'analyse et le diagnostic de communication

- Identifier les différentes méthodes utilisées pour définir les besoins de communication (enquêtes qualitatives, questionnaires, méthodes projectives ...).
- Réaliser un état des lieux des actions et outils de communication.

3^{ème} étape : La démarche marketing et ses outils

- L'analyse du marché et de son environnement.
- L'étape des choix et recommandations.
- Les composants du plan marketing opérationnel.
- Participer à la veille marketing : les outils essentiels.

Exercice : Appropriation des méthodologies par des ateliers en sous-groupe.

4^{ème} étape : Participer à la mise en œuvre et au pilotage des projets

- Identifier les publics cibles de l'entreprise.
- Définir des objectifs de communication ciblés grâce au triangle « cible, objectif, action ».
- Contribuer à la mesure et à l'évaluation des actions de communication.

Exercice : Mises en situation en sous-groupe sur un cas pratique.

5^{ème} étape : Travailler avec les partenaires extérieurs

- Rédiger un brief.
- Piloter l'appel d'offre.
- Assurer l'interface entre les différents acteurs : agences, médias, en interne.