



TESMA PARTNERS

VOTRE PARTENAIRE DE CROISSANCE

FORMATION - RECRUTEMENT - CONSEIL - ACCOMPAGNEMENT

CATALOGUE DE FORMATION

Téléphone: 33 843 96 06 - 77 166 96 96

www.tesmapartners.com - contact@tesmapartners.com

NOS SOLUTIONS

FORMATION



3 OFFRES ADAPTÉES À VOTRE BESOIN



Intra entreprise - formations proposées au catalogue

Des programmes de formation catalogue mis en oeuvre et organisés dans vos locaux ou à proximité



Formation sur- mesure

Design de formation et parcours de formation pour proposer **la bonne modalité au bon endroit et ainsi répondre à votre objectif**

- Présentiel
- Blended Learning (présentiel et à distance)
- 100% digital



Grands projets

Pour vos projets de formation **d'envergure**, nous mettons en place un dispositif d'exception et nous mobilisons une équipe de consultants dédiés, réactifs et multi-expertises



NOS SOLUTIONS

FORMATION



4

ÉTAPES CLÉS DE VOTRE PROJET SUR-MESURE

Ingénierie pédagogique

Adapter - Concevoir

- Développement du contenu de formation et des moyens pédagogiques
- Validation des séquences et innovation game
- Validation interactive des livrables

Évaluation et recommandations

Synthèse et bilan

Bilan avec l'ensemble de l'équipe projet : synthèse et préconisations

1

Cadrage et immersion

Identifier et valider

- Échanges d'information Acculturation et compréhension des besoins
- Appropriation de l'environnement et du contexte
- Recueil des spécificités métiers Immersion et interview

2

Déploiement du dispositif

Réaliser - Déployer

- Déploiement d'un pilote et ajustement si nécessaire
- Déploiement de l'ensemble du dispositif

3

4



MARKETING ET PERFORMANCE COMMERCIALE : LES ESSENTIELS DU MARKETING – Stratégies, process et piliers de la création de valeur

LES OBJECTIFS	PROGRAMME	
<ul style="list-style-type: none"> • Définir les nouveaux enjeux du marketing. • Réaliser un diagnostic marketing. • Intégrer les étapes du processus marketing stratégique. • Mettre en œuvre les 4P en intégrant les leviers du digital. • Bâtir et déployer le plan marketing. 	<p>➤ DÉFINIR LES NOUVEAUX ENJEUX DU MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le marketing d'influence • Les techniques de growth hacking • Le nudge marketing (neuro-marketing) • La gestion de la data marketing • Le marketing automation <p>Comprendre Réflexion en équipes sur les différents concepts</p> <p>➤ RÉALISER UN DIAGNOSTIC MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le pronostic externe : l'essentielle veille pour observer et anticiper la transformation des marchés, des concurrents, des clients et de l'environnement PESTEL • L'analyse interne <p>Expérimenter Atelier en équipes sur les infos clés de l'analyse concurrentielle Appliquer Construction en équipes d'un périmètre de veille</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les sources d'informations pour le pronostic externe et l'analyse interne • Focus études marketing et orientation client comme condition de réussite <ul style="list-style-type: none"> - outils persona - parcours client - questionnaire satisfaction clients <p>Comprendre Exposé interactif sur les sources d'informations et le focus études Expérimenter Atelier de réflexion en équipes sur la création d'un questionnaire de satisfaction clients</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'outil de synthèse du diagnostic marketing : la matrice SWOT <p>Appliquer Cas fil rouge d'entreprise sur la matrice SWOT à réaliser en équipes</p> <p>➤ INTÉGRER LES ÉTAPES DU PROCESSUS MARKETING STRATÉGIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs SMART • La segmentation clients (BtoB et BtoC) • Le ciblage (la méthode IAC) • Le positionnement (l'outil USP, l'outil plateforme de marque pour affirmer sa proposition de valeur) <p>Appliquer Application au cas fil rouge d'entreprise sur les objectifs SMART, la segmentation clients, le ciblage et la plateforme de marque. (A réaliser en équipes)</p>
<p>PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fonctions marketing et commerciales, chargé(e)s de communication, créatifs, ingénieurs et fonctions techniques, dirigeants de TPE/PME, porteurs de projet, toute personne souhaitant intégrer un service ou une fonction marketing, ou connaître les bases du marketing en entreprise. 		
<p>LES PLUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un tour d'horizon complet des nouveaux enjeux du marketing • Une pédagogie active s'appuyant sur de nombreuses applications pédagogiques • Un contenu logique et progressif, du marketing stratégique jusqu'à sa mise en œuvre opérationnelle • Support et ressources pédagogiques, documents administratifs, questionnaire de satisfaction à chaud et à froid . • L'évaluation des acquis de la formation et réponses à vos questions post-formation 		
<p>MOYENS PÉDAGOGIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 7 jours avant le début de la formation. • Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. • Un Support pédagogique est remis à chaque participant. • Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles. 	<p>SUIVI & ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feuille d'émargement et attestation de fin de formation • Évaluation à chaud et à froid 	<p>INFOS PRATIQUES</p> <p>Durée : 3 jours Tarif : 330.000 FCFA HT, Remise de 15% à partir de 3 inscrits. Lieu : Nous consulter Date : Nous consulter</p>

MARKETING ET PERFORMANCE COMMERCIALE : LES ESSENTIELS DU MARKETING – Stratégies, process et piliers de la création de valeur (suite)

LES OBJECTIFS	PROGRAMME	
<ul style="list-style-type: none"> • Définir les nouveaux enjeux du marketing. • Réaliser un diagnostic marketing. • Intégrer les étapes du processus marketing stratégique. • Mettre en œuvre les 4P en intégrant les leviers du digital. • Bâtir et déployer le plan marketing. 	<p>➤ DÉFINIR LES NOUVEAUX ENJEUX DU MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le marketing d'influence • Les techniques de growth hacking • Le nudge marketing (neuro-marketing) • La gestion de la data marketing • Le marketing automation <p>Comprendre Réflexion en équipes sur les différents concepts</p>	<p>➤ METTRE EN ŒUVRE LES 5P EN INTÉGRANT LES LEVIERS DU DIGITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • La politique produits (concept de produit global) <p>Appliquer Application au cas fil rouge d'entreprise sur la politique produits (A réaliser en équipes)</p> <ul style="list-style-type: none"> • La politique de prix - les éléments d'influence - les 3 stratégies possibles <p>Appliquer Appliquer Application au cas fil rouge d'entreprise sur la politique prix (A réaliser en équipes)</p> <ul style="list-style-type: none"> • La politique de distribution (les différents modèles de distribution) - les éléments d'influence - les 3 stratégies possibles <p>Appliquer Appliquer Application au cas fil rouge d'entreprise sur la politique prix (A réaliser en équipes)</p> <p>Le mix people</p> <p>Appliquer Appliquer Atelier de réflexion individuelle sur les sources d'infos pour mieux connaître les clients</p> <ul style="list-style-type: none"> • La politique de communication (la roue magique) - Objectifs - Cibles - Messages • Techniques de communication • Le paysage media digital et la stratégie on line - les leviers indispensables (POEM) - l'inbound marketing - la stratégie de contenus éditoriaux - les choix de réseaux sociaux
<p>PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fonctions marketing et commerciales, chargé(e)s de communication, créatifs, ingénieurs et fonctions techniques, dirigeants de TPE/PME, porteurs de projet, toute personne souhaitant intégrer un service ou une fonction marketing, ou connaître les bases du marketing en entreprise. 	<p>➤ RÉALISER UN DIAGNOSTIC MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le pronostic externe : l'essentielle veille pour observer et anticiper la transformation des marchés, des concurrents, des clients et de l'environnement PESTEL • L'analyse interne <p>Expérimenter Atelier en équipes sur les infos clés de l'analyse concurrentielle</p> <p>Appliquer Construction en équipes d'un périmètre de veille</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les sources d'informations pour le pronostic externe et l'analyse interne • Focus études marketing et orientation client comme condition de réussite - outils persona - parcours client - questionnaire satisfaction clients <p>Comprendre Exposé interactif sur les sources d'informations et le focus études</p> <p>Expérimenter Atelier de réflexion en équipes sur la création d'un questionnaire de satisfaction clients</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'outil de synthèse du diagnostic marketing : la matrice SWOT <p>Appliquer Cas fil rouge d'entreprise sur la matrice SWOT à réaliser en équipes</p>	<p>➤ BÂTIR ET DÉPLOYER LE PLAN MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • La structure d'un plan marketing (le résumé managérial) • Le déploiement opérationnel (plan de communication global) • L'indispensable alliance marketing-vente : l'argumentation (APB/SONCASE) <p>Appliquer Application au cas fil rouge d'entreprise sur le plan de communication global (avec intégration des leviers on line) (A réaliser en sous-groupes)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les outils de suivi et de pilotage - le choix des indicateurs de performance - la fiche action / budget / planning - tableaux de bord marketing <p>Évaluer Atelier de réflexion en équipes sur les KPI, appliqués au cas fil rouge d'entreprise (plan déployé)</p>
<p>LES PLUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un tour d'horizon complet des nouveaux enjeux du marketing • Une pédagogie active s'appuyant sur de nombreuses applications pédagogiques • Un contenu logique et progressif, du marketing stratégique jusqu'à sa mise en oeuvre opérationnelle • Support et ressources pédagogiques, documents administratifs, questionnaire de satisfaction à chaud et à froid . • L'évaluation des acquis de la formation et réponses à vos questions post-formation 	<p>➤ INTÉGRER LES ÉTAPES DU PROCESSUS MARKETING STRATÉGIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs SMART • La segmentation clients (BtoB et BtoC) • Le ciblage (la méthode IAC) • Le positionnement (l'outil USP, l'outil plateforme de marque pour affirmer sa proposition de valeur) <p>Appliquer Application au cas fil rouge d'entreprise sur les objectifs SMART, la segmentation clients, le ciblage et la plateforme de marque. (A réaliser en équipes)</p>	
<p>MOYENS PÉDAGOGIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 7 jours avant le début de la formation. • Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. • Un Support pédagogique est remis à chaque participant. • Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles. 	<p>SUIVI & ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feuille d'émargement et attestation de fin de formation • Évaluation à chaud et à froid 	<p>INFOS PRATIQUES</p> <p>Durée : 3 jours Tarif : 330.000 FCFA HT, Remise de 15% à partir de 3 inscrits. Lieu : Nous consulter Date : Nous consulter</p>

Informations personnelles :

Nom complet : _____

Adresse : _____

Ville : _____

Numéro de téléphone : _____

Email : _____

Entreprise : _____

Fonction : _____

Informations sur la formation :

Formation demandée : _____

Date de début : _____

Durée : _____

Lieu : _____

Expérience préalable :

Avez-vous de l'expérience dans ce domaine ? (Oui/Non) : _____

Si oui, veuillez fournir des détails : _____

Paiement :

Coût de la formation : _____

Mode de paiement (cochez la case appropriée) :

Virement bancaire

Chèque

Conditions générales :

En signant ce bulletin d'inscription, je certifie que toutes les informations fournies sont exactes. J'accepte également les conditions générales de vente de cette formation.

Signature : _____

Date : _____

Inscription de groupe

Informations personnelles du responsable :

Nom complet : _____
Adresse : _____
Ville : _____
Numéro de téléphone : _____
Email : _____
Entreprise : _____
Fonction : _____

Inscrits 1 :

Nom complet : _____
Numéro de téléphone : _____
Email : _____
Fonction : _____

Inscrits 2 :

Nom complet : _____
Numéro de téléphone : _____
Email : _____
Fonction : _____

Inscrits 3 :

Nom complet : _____
Numéro de téléphone : _____
Email : _____
Fonction : _____

Informations sur la formation :

Formation demandée : _____
Date de début : _____
Durée : _____
Lieu : _____

Paiement :

Coût de la formation : _____
Mode de paiement (cochez la case appropriée) :
 Virement bancaire
 Chèque

Conditions générales :

En signant ce bulletin d'inscription, je certifie que toutes les informations fournies sont exactes. J'accepte également les conditions générales de vente de cette formation.

Signature : _____

Date : _____