



**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](http://www.tesmapartners.com) - [contact@tesmapartners.com](mailto:contact@tesmapartners.com)

## NOS SOLUTIONS

# FORMATION



## 3 OFFRES ADAPTÉES À VOTRE BESOIN



### Intra entreprise - formations proposées au catalogue

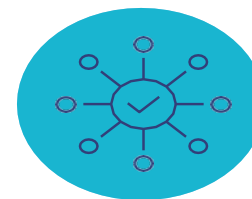
Des programmes de formation catalogue mis en oeuvre et organisés dans vos locaux ou à proximité



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

## Paieement :

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 : \_\_\_\_\_