

MARKETER SON PROJET POUR EMBARQUER

2 jours - 14 heures



Les méthodes de conduite du changement en gestion de projet ne suffisent plus à embarquer. Le projet est un produit dont les parties prenantes sont les clients. Les méthodes de marketing et d'animation de la relation sont aujourd'hui indissociables d'une gestion de projet réussie. Cette formation permet d'en acquérir les pratiques pour convaincre en amont (faire acheter le projet), embarquer tout au long du déploiement (faire vivre une expérience positive du projet) et après pour favoriser la réussite de prochains projets (fidéliser et être recommandé).



PRÉREQUIS, PUBLIC CIBLE

- Bac+3 minimum avec expérience
- Toute personne qui porte un projet au sein d'une entreprise (chef.fe ou pilote de projet, manager)



MODALITÉS

- 2 jours (14 heures)
- Délai d'accès : voir calendrier ou sur demande
- Présentiel
- Accessibilité PMR garantie



TARIF

- 1 290 € HT par participant pour 2 jours
- 7 à 10 participants



CONTACT

contact@kasadenn.fr



OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux du marketing et de la communication
- Savoir élaborer un plan d'action de communication adapté aux cibles, aux canaux et aux moments-clé de chaque projet
- Apprendre à utiliser les techniques d'animation de la relation « client »
- Faire adhérer ses parties prenantes à son projet



PROGRAMME

- Les fondamentaux des techniques de marketing et de communication
- La segmentation des parties prenantes selon leur impact projet
- Les outils d'écoute des attentes, de la satisfaction
- Les étapes clé de communication du projet
- La construction d'un message percutant
- L'importance de l'animation de la relation : convivialité, événementiel...
- L'utilisation de techniques de reconnaissance, feedback et bilan
- Le choix des bons canaux de communication selon les étapes et les objectifs
- L'élaboration d'un plan de communication



NOTRE MÉTHODE

Outils / Moyens

- Alternance d'apports théoriques et d'exercices de mise en application sur des cas pratiques apportés par le formateur ou les apprenants
- Retour d'expériences concrets du formateur
- Matériel d'animation de la communication : paperboards, post-its, feutres

Evaluation

- Auto-évaluation sur les connaissances et pratiques de communication du stagiaire
- Feedback du formateur et des participants au fil des ateliers
- 1 QCM de validation des acquis par jour de formation

Repartez avec des fiches prêtes à l'usage :

- Fiche persona, bonnes pratiques de création de message, cartographie des parties prenantes, mapping des étapes clé de communication