

Votre service marketing a besoin d'être capable de réagir plus vite ?
Vous avez besoin de tester des idées nouvelles sans dépenser tout votre budget ?
Vous devez vous adapter dans un environnement mouvant ?
Vous souhaitez obtenir rapidement des feedback clients pour optimiser ses investissements ?
Votre plan marketing doit pouvoir s'adapter plusieurs fois au cours de l'année ?
Le marketing est aujourd'hui confronté aux mêmes changements que ceux qui ont conduit à la naissance de l'Agile : besoin de mise sur le marché plus rapides, orientation client, campagnes digitales avec retours utilisateurs immédiats, mais aussi organisations plus complexes et marchés disruptés.
La formation Marketing Agile vous donnera les clés d'une nouvelle organisation pour répondre à ces défis.

Objectifs

- Vous comprendrez comment le monde du logiciel s'est profondément réorganisé pour répondre à ces enjeux, et comment le marketing peut s'en inspirer.
- Mettre en place l'agilité au sein de votre service Marketing
- Vous découvrirez comment rendre flexible votre planification afin d'abandonner votre plan marketing annuel figé !
- Vous apprendrez à concentrer vos actions marketing sur les résultats obtenus.
- Nous travaillerons sur les manières d'organiser vos projets et vos campagnes par rapport à votre équipe.
- Nous vous expliquerons la technique de visualisation en un seul backlog agile. Il vous permettra de classer vos actions par ordre de priorité et de disposer d'une vue unique et partagée au niveau de l'équipe de leur avancement.
- Vous comprendrez les principes et les pratiques de deux méthodes agiles (Scrum et Kanban) efficaces pour le marketing, en évaluant leur viabilité dans votre contexte.
- Comment réussir avec le marketing agile ? En comparant plusieurs études de cas d'organisations ayant adopté le marketing agile, vous serez en mesure de comprendre les principaux modèles et anti-modèles qui peuvent faire la différence entre une adoption réussie et une adoption ratée, qu'elle soit à petite ou grande échelle.

Contenu pédagogique

La nécessité d'un marketing agile

Les fondamentaux du marketing agile

- Faire de l'«agilité» ou «être agile», quelle différence ?
- Valeurs et principes du Manifeste du Marketing Agile
- La maison du Lean
- Customer Centricity

Mise en œuvre du marketing agile

- Planification adaptative dans le contexte marketing
 - Se concentrer sur la valeur
 - Le «WHAT» cycle et le «HOW» cycle
- Équipes et travail d'équipe dans le nouveau paradigme
 - Offrir de la valeur marketing grâce à des équipes agiles
 - Atteindre des résultats grâce aux backlogs et aux Stories
 - Rendre le rythme de travail plus soutenable

Réussir avec le marketing agile

- Établir des cycles de travail courts dans le marketing agile
 - Approches basées sur les flux et WIP pour le marketing agile
 - Avantages des itérations courtes pour le travail de marketing
- Expérimenter, apprendre et pivoter
 - Créer une culture d'expérimentation et d'apprentissage validé
 - Utiliser les données marketing pour éclairer les décisions pivot / persévérer

Comment démarrer ?

- Use cases
- Anti patterns
- 1er pas

Durée

- 2 jours (14 heures)

Tarif/participant

- 1350 € HT

* Prix public inter hors conditions particulières (Accord cadre ou remises)

* Tarif et date intra sur demande

Public

- Responsables des opérations commerciales, trade marketing, merchandising, promotion des ventes, web marketing
- Passage du test en ligne
- Responsable de base de données marketing, marketing cross canal, marketing digital et e-business, réseaux sociaux & communication

Méthodes pédagogiques

- Notre formation est un programme qui combine théorie et pratique
- Méthodes pédagogiques interactive et participative
- Identification des bénéfices de la démarche de Marketing Agile sur la base d'exemples.
- Discussion / Brainstorming

Information & inscription

inspearit.fr

academy.fr@inspearit.com

tél : 01 80 06 84 33

 Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite

 Ce programme est également proposé en **formule intra-entreprise.**