

Les Fiches Outils Du Marketing Eyrolles

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet propose 102 fiches qui abordent de façon exhaustive l'univers du téléphone (stratégie, management, terrain) et s'adresse à la fois aux chefs d'entreprises (modules 1 à 7), aux managers (modules 8 à 12) et aux téléconseillers (modules 13 à 20). Choisir une stratégie télémarketing Déterminer l'usage du téléphone dans l'entreprise : les différentes actions Attitude service client, mesures de la satisfaction client Recruter, former et intégrer ses collaborateurs Accompagner son équipe en individuel et en collectif, animer au quotidien Principes de la communication téléphonique, maîtriser les grandes étapes de l'entretien Spécificités du média téléphone : gestion du stress, organisation, compétences commerciales... Configuration requise pour les ressources à télécharger : PC avec processeur Pentium, 32Mo de RAM, système d'exploitation Windows 9x, ou supérieur. Macintosh avec processeur PowerPC ou Gx, 32 Mo de RAM, système d'exploitation MacOS 9.2, ou supérieur. Avec le logiciel Adobe Reader (.pdf) et PowerPoint (.ppt). Lecteur audio pour les fichiers MP3 et M4A.

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente en 85 fiches les repères et les méthodes indispensables à la mise en oeuvre d'une stratégie webmarketing performante. Structurer sa démarche webmarketing Créer et animer un site web, générer du trafic Piloter des campagnes display ou e-mailing Maîtriser les réseaux sociaux Mettre en oeuvre et définir ses stratégies d'influence ou de contenus Mesurer les résultats de ses actions Exploiter les données clients

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente en 94 fiches, de façon exhaustive, tous les aspects de la mise en oeuvre du changement dans l'entreprise : Diagnostiquer le changement Internaliser ou externaliser la conduite du changement Gérer les changements en mode projet Manager humainement le changement Développer une intelligence collective Formaliser la politique de conduite du changement Pérenniser e changement La version papier est vendu avec un CD-Rom qui contient près de 50 schémas personnalisables, utiles tant pour former que pour se former à la conduite du changement. Ces documents sont proposés en téléchargement depuis un lien donné dans la version ebook Configuration requise : PC avec processeur Pentium, 32 Mo de RAM, système d'exploitation Windows 9x, ou supérieur. Macintosh avec processeur PowerPC ou Gx, 32 Mo de RAM, système d'exploitation MacOS 9.2, ou supérieur. Avec le logiciel Microsoft PowerPoint (.ppt).

Le digital n'est plus une option mais une nécessité. Il impacte en effet l'ensemble des pans économiques, sociologiques et politiques de la société. En tant que professionnel ou futur professionnel, vous ne pouvez plus rester en marge de cette révolution pleine d'opportunités. Sans avoir la prétention de tout vous dire, tellement le digital est dense et évolue vite, ce livre vous donnera les clés de lecture indispensables à sa compréhension et à son appréhension. CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE : - Connaître les fondamentaux et les tendances du marketing digital. - Créer un site web et son contenu, le référencer, attirer des visiteurs et analyser la fréquentation. - Optimiser votre présence et rayonner sur les réseaux sociaux professionnels. - Développer votre image sur les réseaux sociaux et bâtir des communautés ambassadrices de votre entreprise. - Utiliser des leviers payants tels que la publicité en ligne, les liens sponsorisés et les publications sponsorisées pour décupler la portée de vos messages. - Utiliser le marketing d'influence pour asseoir votre notoriété. LES PLUS : Des fiches pratiques pour agir rapidement et découvrir des outils utiles. Des interviews de professionnels évoluant au sein de start-up, d'agences, de petites structures ou encore de grands groupes pour s'inspirer et découvrir des exemples concrets. Pour lire ce livre et plonger dans l'univers digital, une qualité est requise : la curiosité. Ensuite, tout n'est que jeu. Êtes-vous partant(e) ?

Les fiches outils du marketing Avec modèles, outils, fiches pratiques, schémas... Editions Eyrolles

Destiné à tous ceux qui réfléchissent à leur avenir, sont amenés à changer de poste ou doivent trouver un nouvel emploi, ce guide propose une méthode pragmatique de gestion de carrière. Il est composé d'un enchaînement d'outils simples et concrets illustrés d'exemples précis. Organisé en trois temps, l'ouvrage permettra de mettre en évidence ses compétences, de cibler ses interlocuteurs, de répondre à leurs attentes et de préparer les outils de communication qui aideront à les convaincre. Une boîte à outils originale de gestion de carrière avec : des modèles de réponses à des annonces, de CV, de relances téléphoniques... des fiches à utiliser en entretien avec des exemples de questions à poser un carnet pour trouver les adresses utiles selon le métier recherché et la région visée

Pratique et basé sur l'expérience, cet ouvrage offre, en 99 FICHES, une vision complète des méthodes et des outils du contrôle de gestion, tels que l'on peut les trouver dans les différentes fonctions d'une entreprise. Appréhender les principes et les caractéristiques du contrôle de gestion Découvrir les outils du contrôle de gestion appliqués aux grandes fonctions de l'entreprise : marketing, achat, industriel, ressources humaines, R&D, transversale... Développer ses qualités comportementales et son efficacité personnelle

Concret et fondé sur l'expérience de son auteur, ce guide opérationnel complet présente en 76 fiches les outils indispensables aux dirigeants, quels que soient le secteur et la taille de leur entreprise. Sans prétendre à l'exhaustivité, cet ouvrage couvre en dix modules l'ensemble des sujets-clés auxquels le dirigeant est confronté. Il se veut être une référence en combinant approches théoriques et conseils pratiques sur les principaux thèmes. La création et l'identité d'une entreprise, les challenges du dirigeant La mise en place d'une démarche stratégique La gouvernance de l'entreprise : les relations dirigeant-actionnaires, le management La croissance de l'entreprise, sa structuration et son financement La fonction ressources humaines et les dialogues entre les instances représentatives L'adaptation de l'offre aux nouvelles technologies Ont collaboré à cet ouvrage : plusieurs cadres dirigeants de grands groupes et experts sectoriels, faisant autorité dans leurs domaines d'expertise technique.

"Cet ouvrage fournit une synthèse des principaux concepts et techniques utilisés dans le domaine du marketing. Il présente de manière détaillée les composantes de l'analyse de marché, de la stratégie marketing et du marketing-mix. Cette cinquième édition est structurée en 54 fiches et intègre les évolutions récentes du marketing. Les outils examinés sont illustrés à l'aide de nombreux exemples pratiques. L'ouvrage s'adresse principalement aux étudiants en BTS, DUT ainsi qu'à ceux en école de commerce ou à l'université (licence, master). Il aidera également les personnes en formation continue et tous ceux qui souhaitent maîtriser les aspects fondamentaux du marketing." [4e de couv.]

Basé sur l'expérience des auteurs, ce guide opérationnel propose au lecteur une plongée concrète et pédagogique dans le monde de la création d'entreprise. Divisé en onze modules, l'ouvrage fait un tour exhaustif de la question en 75 fiches. Quelles précautions prendre ? Comment se financer ? Quel accompagnement choisir ? Quelle protection juridique adopter ? Comment recruter ? Comment gérer son entreprise ? Un panorama exhaustif de tout ce qu'il faut savoir pour réussir son aventure entrepreneuriale. Ont collaboré à cet ouvrage : Michelle Jean-Baptiste, Laurence Bourgeois, Bruno Broucke, Patrick David, Emilie Devienne, Patrick Dhery, Thibaut di Maria, Christelle Dumont, Alexandre Grevet, Thierry Jallon, Philippe Jean-Baptiste, Céline Marque, Michel Miné, Joël Saingré, Jean Sendé, Jean-Marc Tariant.

La collection qui va à l'essentiel : en 50 notions clés maîtrisez votre sujet ! Qu'est-ce que le marketing digital ? En quoi le web, le mobile, ou encore les réseaux sociaux, peuvent être utiles pour le business ? Quels en sont les enjeux ? Les bonnes pratiques ? Les erreurs à éviter ? À travers 50 notions clés, Marie-Alice Boyé vous donne un aperçu global des nouveaux enjeux marketing à

l'ère du digital, définit plus de 300 acronymes et expressions spécifiques, et vous explique avec clarté comment intégrer le digital à votre stratégie marketing.

En alternant les apports théoriques et les cas concrets d'entreprise, les auteurs proposent un panorama complet et pratique du plan marketing opérationnel. Cet ouvrage fournit de nombreux outils utiles au marketeur pour formaliser, suivre et évaluer ses initiatives. Ils lui permettront d'être plus efficace au quotidien, dans son organisation mais aussi dans la performance de ses actions. En outre, pour chaque technique et média abordés, les indicateurs les plus pertinents sont explicités. L'essentiel du plan marketing opérationnel s'adresse aux professionnels du marketing : responsables marketing opérationnel, chefs de projet marketing, chefs de produits, chargés de communication, managers commerciaux et marketing, aux étudiants en marketing, écoles de commerce.

Cet ouvrage fournit une synthèse des principaux concepts et techniques utilisés dans le domaine du marketing. Il présente de manière détaillée les composantes de l'analyse de marché, de la stratégie marketing et du marketing-mix. Cette troisième édition est structurée en 54 fiches et intègre les évolutions récentes du marketing. Les outils examinés sont illustrés à l'aide de nombreux exemples pratiques. L'ouvrage s'adresse principalement aux étudiants en BTS, DUT ainsi qu'à ceux en école de commerce ou à l'universités (licence, master). Il aidera également les personnes en formation continue et tous ceux qui souhaitent maîtriser les aspects fondamentaux du marketing.

Les outils de la communication digitale La communication digitale est incontournable dans toutes nos activités, aussi bien professionnelles que personnelles. Pour en tirer le meilleur profit, cet ouvrage propose 10 clés permettant d'en maîtriser les rouages et les concepts. Vous apprendrez à créer un site Internet efficace, doper votre visibilité avec le référencement, booster votre activité avec le e-commerce, créer du lien avec les réseaux sociaux, réussir vos campagnes e-mailing, optimiser le marketing mobile, créer du buzz, bâtir une stratégie de communication en multicanal et adopter les bons réflexes de la culture web. Ces questions fondamentales n'auront plus de secret pour vous et vous pourrez facilement doper votre business ! Un ouvrage accessible à tous Des explications simples pour les concepts les plus techniques Des fiches de synthèse pour chaque module Un lexique de plus de 500 mots et expressions du web marketing

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente en fiches les outils performants et indispensables au responsable commercial. Cette boîte à outils lui permettra de connaître toutes les clés du métier au quotidien pour mener à bien une négociation, animer une équipe ou mobiliser ses connaissances selon la situation rencontrée. Connaître les savoir-faire spécifiques à ce métier : communiquer, questionner, accueillir des objections. Avoir les clés pour devenir un bon négociateur : les dimensions comportementale, marketing et stratégique. Délimiter son périmètre de vente : l'ouverture et la découverte des besoins client. Emporter la décision en améliorant l'argumentation, la valorisation et la conclusion de sa proposition. Développer la dimension managériale : recruter, motiver, orienter ses collaborateurs et suivre leur activité.

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente 60 fiches pour gérer et remporter vos appels d'offres privés ou publics : Rester en alerte et s'informer des appels d'offres en cours Organiser son lobbying en amont pour obtenir la préférence de l'acheteur Analyser efficacement un cahier des charges Rédiger avec impact sa solution Se distinguer lors des soutenances orales Organiser ses processus de réponse Appréhender les spécificités des appels d'offres publics En téléchargement, plus de 50 documents complémentaires, modèles ou fiches pratiques, utiles pour approfondir de nombreux sujets : la plupart des chapitres renvoient à ces documents.

- Une marche à suivre cohérente et efficace, - Des quiz en fin de chapitre pour récapituler les différents points de la démarche, - Des fiches outils pour approfondir certaines notions. Ce guide constitue un véritable conducteur marketing pour concevoir et mettre en œuvre une politique commerciale performante. Il doit guider aussi bien l'analyste que le décideur, lors de la prise en charge d'un nouveau problème marketing ou commercial posé à l'entreprise. Cette démarche ordonnée, fondée sur la rigueur et la créativité, permet d'aboutir à un plan d'actions opérationnel selon un processus en trois étapes : - définir les marchés, - comprendre les cinq éléments clés qui font vivre ces marchés, - élaborer les politiques commerciales en cinq décisions. Définir, comprendre, décider. (ordre est réel sans exclure, bien sûr, les allers et retours et les remises en cause.

Quel est l'impact du digital sur le marketing? Quelle stratégie adopter? Comment choisir la meilleure plateforme pour son site Web et le rendre attractif? Comment collecter des données et cibler la publicité? Comment être présent sur le mobile? Quels réseaux sociaux choisir et comment les utiliser? Comment gérer sa réputation et répondre aux commentaires clients? Avec ses 60 outils, cet ouvrage permet de saisir toutes les opportunités du marketing digital, aujourd'hui incontournable!

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente 75 fiches, qui abordent de façon exhaustive la fonction de responsable achats : Traduire les besoins et rédiger le cahier des charges Acheter "responsable" et "durable" Aligner la politique achats sur la stratégie Réaliser une cartographie des achats généraux Organiser les appels d'offres : les RFX Préparer, conduire et conclure une négociation Optimiser son panel fournisseurs Déployer la politique achats et piloter la performance Le complément en ligne contient un questionnaire bilingue français-anglais de présélection des fournisseurs, une matrice pour évaluer la maturité des achats, plusieurs modèles de contrats et autres outils opérationnels adaptables à tous les secteurs d'activités.

Cet ouvrage présente les thèmes essentiels de la communication, sous forme de fiches de 4 pages, synthétiques, claires et structurées. Chaque fiche peut être étudiée séparément, et commence par un mini-encadré (point-clef) et se termine par un encadré "l'oeil du professionnel" ou "petites expériences du chercheur" instructives et amusantes. Tous les grands thèmes sont couverts : les différents types de communication (mix, interne, financière, de crise), la stratégie de communication (fondements et mise en œuvre), les outils de la communication, et la communication responsable (enjeux juridiques et éthiques).

101 astuces pour faire parler de vous à moindre coût Concevoir ses supports d'identité visuelle, créer gratuitement un site internet, être bien référencé, trouver les bons sponsors, constituer une base de données presse, diffuser l'information... Quand on gère une petite entreprise ou quand on se lance en solo, l'idée de chercher à se faire connaître peut en effrayer plus d'un ! Cet ouvrage répond à toutes vos questions et

vous propose un éventail de méthodes parmi lesquelles vous pourrez choisir celles qui vous conviennent le mieux. Le démarchage n'est pas votre truc ? Il ne s'agit pas de mettre en place une artillerie lourde pour chasser du contrat mais bel et bien de faire appel à votre bon sens et de tirer parti de toutes les opportunités. Vous êtes une petite, voire une très petite entreprise ? Prenez-le comme un avantage : vos contacts professionnels seront ravis de traiter de personne à personne et d'avoir un rapport humain privilégié. Communiquer coûte cher ? Montrez-vous créatif ! Cet ouvrage vous présente une centaine d'outils pour être présent dans tous les médias et sortir des sentiers battus. 101 astuces pour être partout à moindre coût Des outils up to date, des conseils, des exemples Des fiches pratiques avec toutes les techniques à maîtriser

Marketing international réunit en un seul volume les compétences dans le domaine international, que doit maîtriser tout étudiant d'un cycle supérieur commercial, de même que tout professionnel de ce secteur. L'ouvrage s'articule en six parties : l'environnement international ; Étude et veille commerciale internationales ; Prospection et suivi de clientèle ; Prospection achat ; Communication et management interculturels ; Négociation internationale. Il s'appuie sur un dispositif pédagogique nouveau, clair et efficace Chaque chapitre présente : l'essentiel du cours de façon synthétique, des cas d'entreprises issus d'exemples réels et de l'actualité des pratiques commerciales, de nombreuses applications originales, des fiches outils intégrant la dimension informatique et gestion commerciales.

Cet ouvrage présente les thèmes essentiels du marketing en 40 Fiches synthétiques, claires et structurées. Il se destine à un public d'étudiants inscrits dans un cours d'introduction au marketing, et/ou désireux d'acquérir rapidement les connaissances élémentaires. Chaque fiche peut être étudiée séparément. Chaque thème est introduit par un mini encadré (Point clé) et clôturé par « L'oeil du professionnel » qui donne un éclairage professionnel sur les notions présentées dans la fiche. Cette 2e édition constitue un outil indispensable pour acquérir les notions de base du marketing.

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet propose 47 fiches couvrant l'ensemble des bonnes pratiques et des outils permettant de réussir le marketing d'une start-up de A à Z. Évaluer le potentiel du projet ou de l'offre Définir une stratégie marketing gagnante Développer une offre pertinente Recruter et fidéliser ses clients Définir ses actions clés de communication Piloter la performance marketing Les fiches outils : des guides opérationnels complets Les ouvrages de cette collection permettent de découvrir ou d'approfondir un sujet ou une fonction, la série FOCUS abordant des thèmes plus ciblés. Regroupées en modules, leurs fiches pratiques et largement outillées (conseils, cas pratiques, schémas, tableaux, illustrations...) vous seront rapidement indispensables !

Vous appréhendez peut-être à l'idée de sortir de votre zone de confort, le marché français, pour développer votre activité ? Pourtant, réussir hors des frontières est aujourd'hui à la portée de toute entreprise. Grâce au digital utilisé de la bonne façon, il est devenu beaucoup plus facile de se développer à l'export tout en réduisant les risques des premiers pas.

Pratique et basé sur l'expérience terrain de l'auteur, cet ouvrage opérationnel complet aborde en 85 fiches les outils, les techniques et les stratégies gagnantes pour mettre en place un export multicanal réussi. Concevoir une stratégie web à l'international. Optimiser son référencement naturel (SEO) à l'international pour Google, Yandex, Baidu... Utiliser les leviers d'acquisition payants pour les marchés exports : SEA, SMA, boost, Ads... Vendre efficacement avec l'e-commerce cross-border et les marketplaces internationales. Mettre en place une stratégie de contenu multilingue : médias sociaux, inbound marketing, automation... En bref, tout ce qu'il faut to think out of the country!

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente en 100 fiches les outils performants et les pratiques indispensables au marketing d'aujourd'hui. Bâtir une stratégie marketing cohérente et gagnante Elaborer et piloter un plan marketing Innover et créer de la valeur : sur les marques et pour les clients Intégrer le digital et le webmarketing Optimiser l'expérience client et construire une relation durable Exploiter les leviers opérationnels actuels Motiver, animer et valoriser les talents de son équipe Configuration requise pour les compléments à télécharger : PC avec processeur Pentium, 32Mo de RAM, système d'exploitation Windows 9x, ou supérieur. Macintosh avec processeur PowerPC ou Gx, 32 Mo de RAM, système d'exploitation MacOS 9.2, ou supérieur. Avec le logiciel Adobe Reader (.pdf) et PowerPoint (.ppt).

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente en 100 fiches les repères et les bonnes pratiques indispensables à la mise en place d'une démarche RSE durable. Connaitre les concepts et référentiels clés Définir une stratégie RSE source d'innovation Engager efficacement les parties prenantes Engager une démarche de marketing et communication responsables Mettre en place un système de reporting pertinent Piloter une démarche d'achats responsables Créer de la valeur partagée sur les territoires Les Fiches outils : des guides opérationnels complets Les ouvrages de cette collection permettent de découvrir ou d'approfondir un sujet ou une fonction. Regroupées en modules, leurs fiches pratiques et largement outillées (conseils, cas pratiques, schémas, tableaux, illustrations...) vous seront rapidement indispensables ! Configuration requise : PC avec processeur Pentium, 32 Mo de RAM, système d'exploitation Windows 9x, ou supérieur. Macintosh avec processeur PowerPC ou Gx, 32 Mo de RAM, système d'exploitation MacOS 9.2, ou supérieur. Avec le logiciel Acrobat Reader (.pdf).

Pratique et basé sur l'expérience, ce guide opérationnel complet propose 91 fiches qui abordent de façon exhaustive l'univers des réseaux sociaux pour une utilisation adaptée à la pratique professionnelle. Comprendre, maîtriser et utiliser les principaux réseaux sociaux Faire du marketing par l'image Blog ou site web ? Veille, animation, promotion Bâtir sa stratégie sur les réseaux sociaux Formaliser la politique de conduite du changement Lancer un nouveau produit ou un projet

Permettre aux annonceurs de maîtriser les nouvelles règles du jeu d'Internet et intégrer des problématiques inattendues : telle est depuis 4 ans l'ambition affichée des versions successives du Petit Livre Rouge du Marketing Interactif de l'EBG. Dans cette nouvelle édition, on retrouve 70 études de cas où de grandes marques françaises et internationales dévoilent et expliquent leurs stratégies Internet et Mobile. Le détail des objectifs, techniques et outils utilisés offre des conseils concrets applicables à toutes les entreprises, novices ou pro du on-line : recrutement, programmes relationnels, accroissement et fidélisation des ventes, séduction des cibles, optimisation de l'image de marque... Un panorama d'expériences riche d'enseignements, conduit par la diversité des pratiques, des approches et des secteurs d'activité (du luxe à l'alimentaire, en passant par le tourisme, l'industrie, l'audiovisuel...). Profitant de la notoriété des trois précédentes versions, l'EBG a souhaité aller plus loin encore dans la dimension pédagogique. Les plus grands experts ont été réunis pour vous livrer, sous forme de " fiches pratiques ", les conseils indispensables à la mise en place d'une stratégie de

marketing interactif. Dans ce véritable vademecum de l'internet à destination des marques, toutes les facettes de la communication interactive sont abordées : e-mailing, référencement, publicité en ligne, datamining, géomarketing, focus juridique, etc. Autre nouveauté, cette année, une partie " fiches pratiques mobiles " vous ouvrira les portes, si ce n'est déjà fait, d'un marché émergent et largement prometteur pour les annonceurs. Enfin, à la lumière des dernières tendances, vous bénéficierez des recettes qui marchent afin d'adapter votre communication aux récentes évolutions du média Internet : advergaming, bouche à oreille, vidéo virale, blogs marketing... ou comment tourner à votre avantage l'anarchie apparente du " web participatif " !

[Copyright: 7962dcc777211b5bcf3ef7aecb69541d](#)