
SYLLABUS MASTER 2021 DIGITAL BUSINESS & MARKETING

Les métiers du marketing digital CHEF DE PRODUIT INTERNET Product Manager

hubert kratiroff

Email : hubert@kratiroff.com

Mobile : 06 80 43 29 05

Programme / Session / Module / Cours

Marketing digital et stratégie MASTER2 DIGITAL

Objectifs

Comprendre les responsabilités du chef de produit (product manager) dans le cadre du marketing digital, du marketing stratégique et opérationnel

Appréhender le rôle de la fonction marketing dans la performance des produits, services, marques et de l'entreprise

Présenter la démarche marketing, la globalité des aspects marketing et le full stack marketing

Mettre en application la démarche marketing 10 étapes (IAOCPSMAFC ou SOSTAC) pour la rédaction d'un plan marketing et d'un business plan

Présentation de la globalité des aspects marketing, marketing digital et du pilotage les indicateurs clés

Montrer l'importance des décisions stratégiques dans l'arbitrage des moyens et actions marketing / digitales / publicitaires / financières/ commerciales / management

Savoir présenter la stratégie avec les prévisions de ventes (plan marketing) et les projections financières (business plan)

Plan du cours

Séance 1 :

leçon inaugurale en marketing, digitalisation et plus

Introduction : « Hello world! »

Marketing Moderne (tel que pratiqué en 2020)

MoMaMa & VUCA

Agile marketing

Full stack marketing

Culture digitale

Startup spirit & holacratie ; Index onomastique

NoLimit

Un écosystème exponentiel ; Les grandes révolutions ou évolutions

Taxinomie du marketing en général et du marketing digital en particulier

Taxinomie en mind mapping

Taxinomie des outils digitaux et démonstrations de quelques outils informatiques (xmind, xCode, Trello (Jira), Figma, Miro, Canva, Pixlr...)

Les nouveaux métiers du marketing : MarTech

Fonction Chef de Produit (le livre) et version Chef de Projet, Product Owner (PO)

État des lieux et évolutions de la fonction marketing (Full stack)

Chef de produit, la clé de voûte de l'organisation marketing et de la digitalisation de l'entreprise.

Budget marketing et communication France

Séance 2 :

le plan marketing avec les nouveaux outils du chef de produit

Quizz

Démarche marketing

SOSTAC ; Réaliser le diagnostic marketing

Utiliser les sources internes : base de données et CRM.

La démarche marketing et les parties du plan marketing ;

Digital Marketing et Démarche Marketing

Digital Marketing vs. Marketing-Mix et Trade-Marketing

Digital Marketing et Communication Marketing Intégrée (CMI ou 360°)

Analyse stratégique et outils pratiques

Outils d'analyse stratégique

Rappel de BCG à Mc Kinsey en passant par VUCA

Système d'objectifs, positionnement, stratégie

Objectifs, ciblage, segmentation et positionnement des offres ;

Construire et positionner une offre de service, les politiques de prix, la communication et le marketing ;

Value proposition et BM

Planification des moyens

Utilisation du diagramme de Gantt

Finance appliquée au marketing (ROI ou RIP)

Élaboration des prévisions de ventes et du business plan.

Le plan marketing annuel : structure et étapes clés.

Aspects financiers et budgétaires de la fonction marketing : Budget marketing (gérer et arbitrer les investissements par les rendements réels)

Business plan et CEP (le compte d'exploitation prévisionnel, les grands et petits équilibres)
Proposition de business plan

Executive summary et livrables

Panorama des outils du chef de produit

Outils numériques du chef de produit

Méthodologie d'élaboration du PM et les modèles ;

Séance 3 :

Inbound Marketing

Quiz

Le chef de produit face à un consommateur puissant (Inbound Marketing)

Customer empowerment et uberisation

Histoire du permission marketing au inbound

Les outils du CEM ou CXM (customer experience management)

Omnicanal

Mono, multi cross & OmniCanal ; TouchPoint

UX et parcours clients

Engagement et taux de Churn ; VRM et ABM ; ZMOT

Séance 4 :

Content Marketing

Quiz

La stratégie de contenu du Chef de Produit (Content strategy)

Native Advertising, Gamification, Real Time Marketing, Learn marketing

Brand content

Planification des opérations ; Loi 1/3 1/3 1/3

POESm

Stratégie de diffusion, L'empreinte digitale, Lovemarks

Séance 5 :

Growth Hacking, Business Model et Data-Driven Marketing

Quiz

Growth hacking et full stack marketer

BizDev

Nudge marketing

Les grands modèles d'affaires

Business model generation (BMG), yield management et uberisation (servicisation).

Business Model Review (des templates, aux canvaux, aux exemples historiques)

Sharing economy, blue economy, knowledge economy

Big data

Place du Big Data dans le développement de l'entreprise

Le pilotage par les indicateurs de performance (KPI).

Open data

IOT, capteur, beacon

Introduction au CRM/VRM/ABM et à la gestion des relations clients.

Sale Force Automation, CRM, Marketing automation,

Séance 6 :

Méthodes agiles et startup spirit

Quizz Quizz général et autres tests

Mode projet (agile, lean, scrum)

Planning, Gestion de projet et délégation (Gantt, outils collaboratifs)

Méthode d'étude de cas (MindMap)

Product owner & Backlog list

MoodBoard, Persona, UserStory, Techniques de créativité

YC startup school

10X better product

not the first (facebook myspace, stripe paypal...)

Seed Serie A B C

Le champ d'application du marketing dans les startups et entreprises digitales.

Présentation du « Chef de Produit Trailer »

Trailer / YC demo day / Pitch

Apprendre à défendre ses recommandations

Elevator Pitch

Séance de clôture :)

Plus d'informations sur ce cours et autres documents en téléchargement sur internet :

- TSLM (www.toutsurlemarketing.com) ;
- SlideShare (fr.slideshare.net/kratiroff) ;
- YouScribe (www.youscribe.com/kratiroff) ;
- FlipBoard (flipboard.com/@kratiroff) ;
- Scoop.it (www.scoop.it/t/marketing-by-kratiroff) ;

Et pour suivre la mise en ligne des publications :

- Twitter (@kratiroff ou twitter.com/kratiroff) ;
- LinkedIn (fr.linkedin.com/in/kratiroff).

Flashez ce QRCode pour retrouver les liens ci-dessus et bien d'autres :



Connaissances acquises

Pratique et utilisation des outils d'analyse marketing (savoir analyser une situation) pour établir un diagnostic global

La pratique et la manipulation des stratégies d'entreprises (y compris digitales et startup)

Évolution d'un portefeuille de marques / produits / DAS (Gestion de la vie d'un produit - Les techniques de lancement de produit - Entretien et développement d'une marque)

Les différentes combinaisons de stratégies possibles et leurs enchaînements dans le temps

Budgétisation, mise en place d'un business plan et rédaction d'un plan marketing

Utiliser et manipuler les éléments du marketing-mix et du marketing digital au service des objectifs et de la stratégie d'entreprise.

Savoir présenter la stratégie avec les prévisions de ventes (plan marketing), les projections financières (business plan) et les prototypes digitaux

Contrôle des connaissances

- ▶ Note individuelle de participation
- ▶ Test à chaque cours sous forme de QCM
- ▶ Quiz final
- ▶ Atelier de travail sur cas
- ▶ Dossiers, colles et fiches individuels à rendre par email à chaque cours.

Bibliographie

CLASSIQUE

Mercator - Théorie et pratique du marketing - Lendrevie Lindon - Dalloz

Fonction chef de produit marketing - Hubert Kratiroff - Dunod 2014

10 cas de stratégie marketing - Hubert Kratiroff - Editions d'Organisation: Paris, 2010

Le marketing selon Kotler, Ou comment créer, conquérir et dominer un marché - Philip Kotler

Le publicitor, Publicité, médias - Jacques Lendrevie Bernard Brochand - Dalloz

Les 22 lois du marketing - Al Ries Jack Trout - Dunod

Plan marketing - Stratégique opérationnel de crise - N. Van Laethem - Dunod

Strategor, Politique générale de l'entreprise, stratégie, structure, décision - JP Détrie

Le marketing - Armand Dayan - Puf Que Sais-Je, numéro 1672

PRECIS

MBA Marketing, synthèse des meilleurs cours américains - Hiam, Schewe – Maxima

Marketing- Etudes et stratégies - Yves Chirouze - Ellipses

Les 20 lois du capital marque - Al Ries - Dunod

Les marques à l'épreuve de la pratique - Identifier et analyser les dérives et les erreurs couramment observées dans la pratique des marques, pour apprendre d'elles - Jean-Noël Kapferer

Marketing des produits agro-alimentaires - Enjeux spécifiques - Sirieix - Dunod

Prévision des Ventes – Bourbonnais Usunier – Economica

Marketing international - Nathalie Prime Jean-Claude Usunier - Vuibert

Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable - Seth Godin

Internet Marketing – EBG (www.ebg.net/internet-marketing/)

Total relationship management, Big data et Marketing mobile - Jallat, Frédéric; Peelen – Stevens

Référencement web, Olivier Andrieu 2015

Zero to One – Peter Thiel

Enchantment: The Art of Changing Hear - Guy Kawasaki

All Marketers Are Liars: The Power - Seth Godin

Lovemarks - Kevin Roberts

Blue Ocean Strategy - Renée Mauborgne

HUMOUR

Le journal de BJ au bureau - Le management facile - Bertrand Jouvenot - Maxima

Votre marketing est-il nul ? - M. Stevens - Dunod

HISTORIQUE

Les grands auteurs en marketing - Alain Jolibert - Management Et Societe Eds

Le prince - Nicolas de Machiavel - Libro

NoLogo - Naomie Klein – J'ai lu - 2004

David Ogilvy – Confessions - 1963

L'art de la guerre- Les treize articles - Tzu Sun -
Mille Et Une Nuits – Libre chargement sur
www.artdelaguerre.com

UTILE MAIS BASIQUE

Lexique du marketing - Les 1200 mots - Nicole
Prades - Breal ou
www.toutsurlemarketing.com/acronyme-marketing

Lexicom - Les 3000 mots du marketing, de la
communication - Alain Milon Serge-Henri Saint-
Michel

Les 100 mots du marketing - Michel Chevalier et Pierre
Louis Dubois – Puf Que Sais-Je ? Numéro : 3864

Les 100 mots de l'internet - Xavier Niel et Dominique Roux
– Puf Que Sais-Je ?

Le web marketing - Stéphane Bodier – Puf Que Sais-Je ?

Conseils

La plupart de ces ouvrages sont disponibles sous
forme d'e-book dont nous vous conseillons l'usage.
Certains de ces ouvrages peuvent aussi être lus en
lignes avec une méthode de recherche appropriée :
saisir « filetype:pdf » dans Google après le titre du
livre, ou directement dans GoogleBooks
(books.google.com).

Sites internet à consulter régulièrement

www.chefdeproduit.com
www.toutsurlemarketing.com
www.abc-netmarketing.com
www.e-marketing.fr Emarketing Magazine
www.ama.org
www.lentreprise.com
www.groupe-strategies.fr
www.lsa.fr
www.pointsdevente.com
www.cbnews.fr
www.infosmd.com
www.journaldunet.com : LeJournalduNet
www.cles-promo.com
www.insee.fr
www.adetem.org
www.offremedia.com (100% média)
www.strategies.fr
www.marketingweek.com
www.designweek.co.uk
www.creativereview.co.uk
www.mediapost.com
www.adweek.com
www.ladn.eu (abonnement à la Newsletter)
www.influencia.net (abonnement à la Newsletter)
www.econsultancy.com (abonnement à la
Newsletter)
www.emarketer.com (abonnement à la Newsletter)
www.npr.org : national radio
www.marketplace.org

www.gartner.com/marketing

www.netexplo.org : large source d'informations
digitales et numérique

Magazines, cours, chaînes, podcasts à écouter régulièrement

Podcasts :

iTunesU, HBS, LBS, LSE, Soft Power (France
Culture par Frederic Martel)

Chaînes sur YouTube ou autres :

TED, Ignite, The RSA, Forbes
(www.youtube.com/user/forbes)

vimeo.com/socialdataweek : 48 vidéos du plus
grand intérêt

Magazine JUMP de eConsultancy :
www.econsultancy.com/fr/reports/jump-magazine -
cmr.berkeley.edu
sloanreview.mit.edu

Le marketing digital chinois :
soundcloud.com/fredinchina

TheFamily : youtube.com/user/Startupfood

MOOC :

coursera.org, EDx.org, khanacademy.org , FUN,
OpenClassrooms...

MeetUp :

Le Wagon Paris - Coding Station

Technology news par conférence : recode.net
twitter.com/recode youtube.com/recode

Techno news par articles : theverge.com

Outils numériques

Trello, - Project management & Gantt,
Mindmap, AdWords, GoogleDrive

*Plus maîtrise de Style de Word, Masque de
PowerPoint et TCD d'Excel.*

Canva, Unitag.io, GoogleAnalytics &
GoogleMyBusiness, Slack, Mention, Hootsuite
(ou Buffer)

*Plus notions de HTML, CSS et JS avec
SublimeText. Plus notions de xCode pour iOS*

Instruction sur Unitag.io pour lire (et fabriquer) des
QRcodes.

