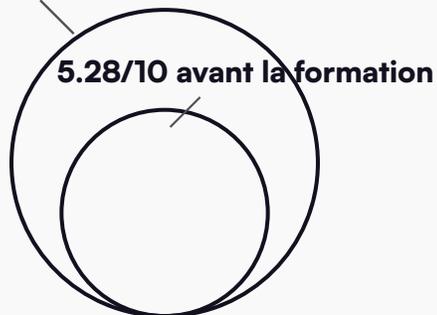


Résultats des évaluations



9.6 / 10

7.8/10 après la formation



+2.51 / 10

PROGRESSION DES COMPÉTENCES

ÉVALUATION À CHAUD POUR LES APPRENANTS **9.6**Contenu de la formation **9.6**Déroulement de la formation **9.7**Efficacité de la formation **9.7**Organisation de la formation **9.6**Préparation de la formation **9.5**Quel est votre niveau de satisfaction suite à la formation ? **9.5**

ÉVALUATION À FROID POUR LES APPRENANTS **9.2**Impact de la formation **8.2**Quel est votre degré de satisfaction concernant l'organisation de la formation ? (1 - Très mécontent; 5 - Très satisfait) **10.0**Un mois après la formation, quel est votre niveau de satisfaction ? **9.4**

QUESTIONNAIRE POUR LES MANAGERS DES APPRENANTS **9.6**Impact de la formation **9.4**Quel est votre degré de satisfaction concernant l'organisation de la formation ? (1 - Très mécontent; 5 - Très satisfait) **10.0**Quelle est votre satisfaction globale ? **9.6**

Si oui, quelle note sur 10 accorderiez-vous à cette formation suite aux retours du (des) participant(s) **9.3**

QUESTIONNAIRE POUR LES INTERVENANTS **10.0**
Organisation de la formation **10.0**

PROGRESSION SUR LES OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Evaluez vos compétences Apprendre à rédiger les supports d'aide à la vente

Evaluez vos compétences Automatiser les actions marketing pour améliorer la conversion

Evaluez vos compétences Concevoir un planning éditorial de contenus marketing par rapport à son offre logicielle

Evaluez vos compétences Construire un plan d'action marketing outbound (direct) et inbound en adéquation avec une offre logicielle

Evaluez vos compétences Définir les objectifs du marketing opérationnel en cohérence avec les objectifs commerciaux

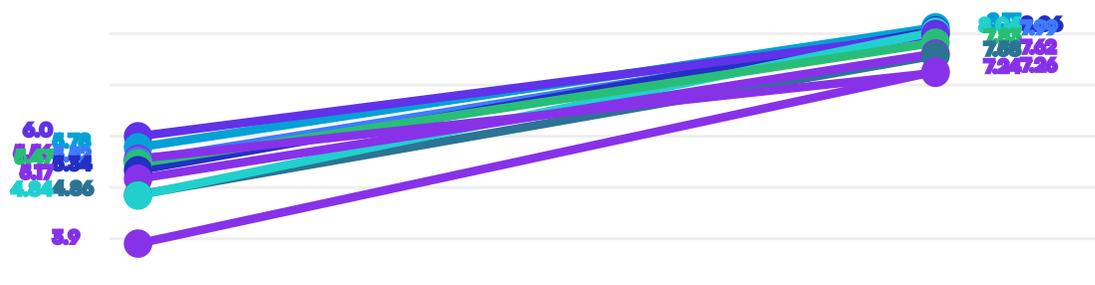
Evaluez vos compétences Développer le personal branding sur les réseaux sociaux professionnels

Evaluez vos compétences Identifier et mettre en œuvre les actions marketing sous différents médias et par rapport au positionnement de son offre logicielle

Evaluez vos compétences Mesurer et communiquer le ROI des actions marketing

Evaluez vos compétences Rédiger les supports d'aide à la vente

Evaluez vos compétences Utiliser les leviers payants (Google Ads, LinkedIn Ads) pour décupler la portée de vos messages



ÉVALUATION À CHAUD POUR LES APPRENANTS

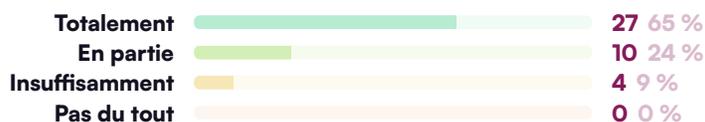
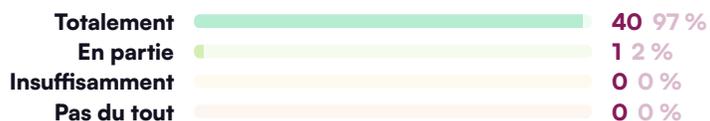
Préparation de la formation

9.4 / 10

Le programme et les objectifs de la formation ont-ils été clairement annoncés ?



Avez-vous eu une discussion avec votre hiérarchie concernant cette formation ?



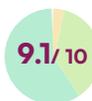
Organisation de la formation

9.6 / 10

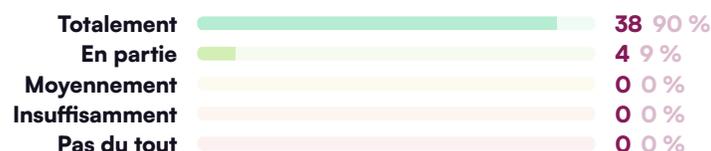
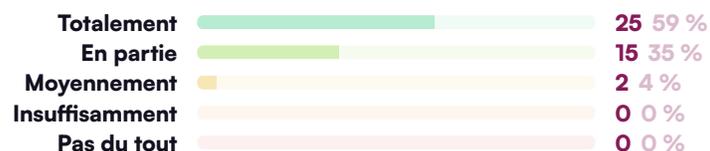
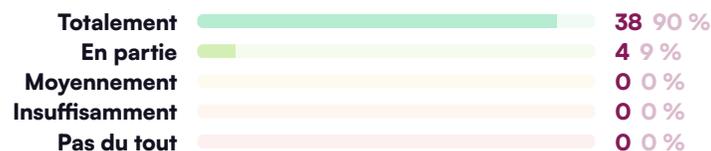
Êtes-vous satisfait de l'organisation de la formation ?



La durée du stage vous a-t-elle semblé adaptée ?



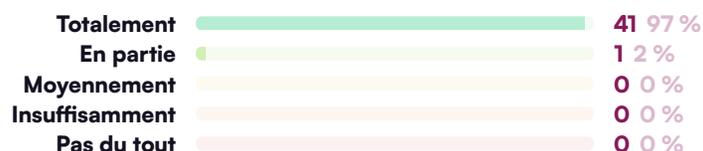
S'il y a eu besoin, avons-nous répondu à vos besoins en terme d'adaptabilité ?



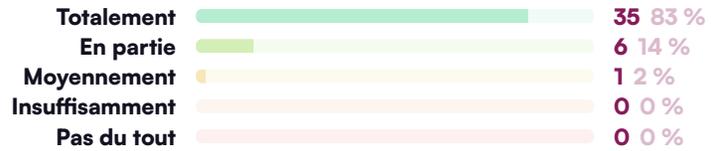
Déroulement de la formation

9.6 / 10

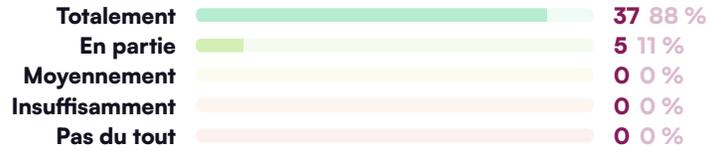
Le formateur était-il clair et dynamique ?



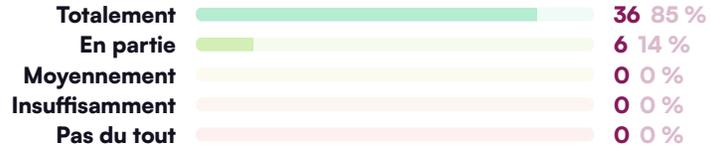
Les exercices et activités étaient-ils pertinents ?



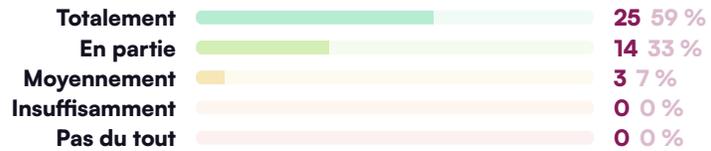
Le formateur a-t-il adapté la formation aux stagiaires ?



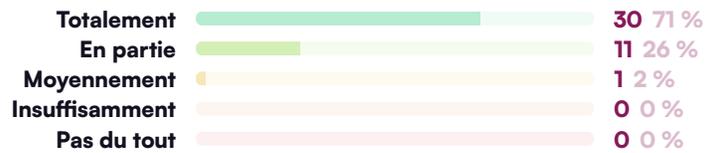
Le groupe était composé de manière adaptée ?



La cadence de la formation était-elle adaptée ?



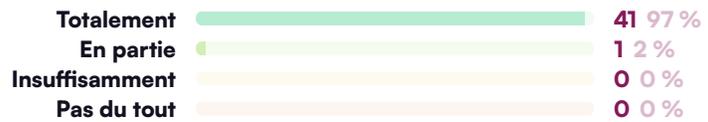
La méthode d'apprentissage du formateur était-elle adaptée ?



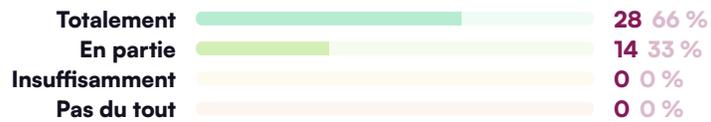
Contenu de la formation



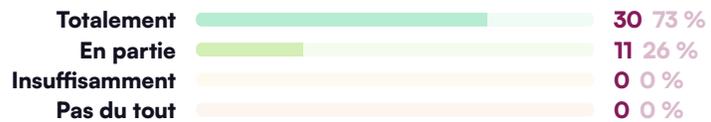
Le programme était-il clair et précis ?



Le programme était-il adapté à vos besoins ?



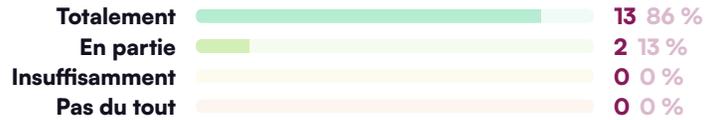
Les supports de formation étaient-ils clairs et utiles ?



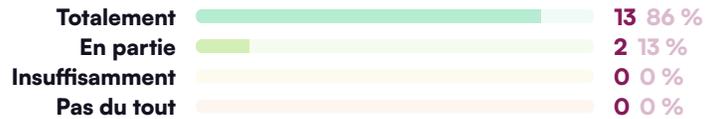
Les objectifs du programme sont-ils atteints ?



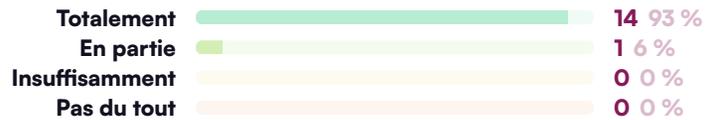
Définir les objectifs du marketing opérationnel en cohérence avec les objectifs commerciaux



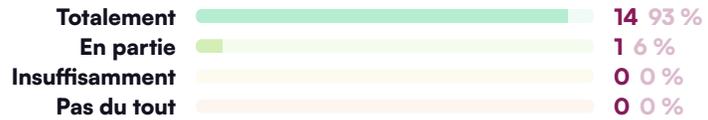
Construire un plan d'action marketing outbound (direct) et inbound en adéquation avec une offre logicielle



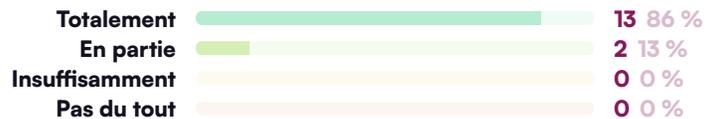
Identifier et mettre en œuvre les actions marketing sous différents médias et par rapport au positionnement de son offre logicielle



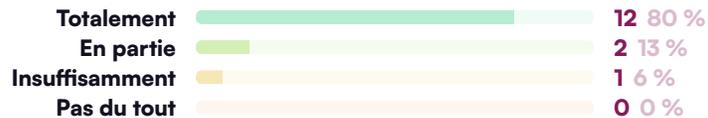
Concevoir un planning éditorial de contenus marketing par rapport à son offre logicielle



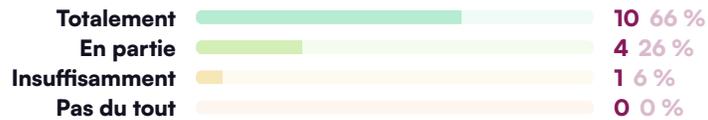
Automatiser les actions marketing pour améliorer la conversion



Rédiger les supports d'aide à la vente



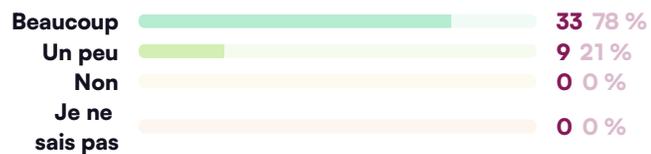
Mesurer et communiquer le ROI des actions marketing



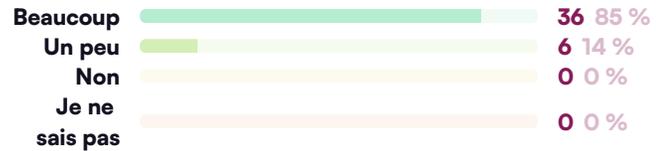
Efficacité de la formation



Cette formation améliore-t-elle vos compétences ?



Ces nouvelles compétences vont-elles être applicables dans votre travail ?



Recommanderiez vous cette formation ?

Oui 42 100 %

Non 0 0 %

Quels sont les points forts de cette formation ?



Un panorama complet des actions à mener pour réussir son plan d'actions marketing. Analyse de notre service/produit dans les exercices pratiques



Formatrice.



Les différents aspects du marketing que l'on balaye et les exercices pratiques.



Actions concrète à mettre en place.



Formatrice à l'écoute, très compétente et qui maîtrise son sujet



Découverte de beaucoup d outils de marketing atelier pratique qui permet d avoir un mini audit sur son entreprise



Diversité des sujets abordés, mise en pratique de la partie théorique



La personnalisation, l'analyse rapide des points à améliorer sur le site et pendant les exercices



l'échange l'expérience de chacun et la qualité du formateur

Le fait de prendre pour exemple nos sites internet

Petite taille de groupe (2 stagiaires) ont permis à la formatrice de faire vraiment du cas par cas et d'adapté les infos à ce qui nous intéresse

Les exercices pratiques qui permettent d'appliquer immédiatement les points acquis lors de cette formation avec les conseils personnalisés de notre expert-formateur, les échanges avec les autres participants

La formatrice prend vraiment le temps de répondre aux questions de chacun. Elle a su analyser très vite les secteurs d'activité de chacun et apporter des réponses personnalisées selon les exercices. La formation dresse un bilan complet d'un ensemble d'actions à mener, ce qui donne beaucoup d'idées.

Totale personnalisation du contenu et des grands principes au cas spécifique du stagiaire (en l'occurrence j'étais seule stagiaire donc bien plus facile mais la formatrice a parfaitement joué le jeu en me laissant la main bien souvent pour naviguer en direct sur notre site / notre compte LinkedIn / Brevo / GA4 et discuter en direct des optimisations, très apprécié et bien plus utile que les principes trop généraux souvent difficiles à appliquer une fois la formation terminée !)

La formation était extrêmement complète et a permis de balayer l'ensemble du programme de façon intéressante. Le petit nombre de participants a également rendu fluide et intéressant les interactions avec la formatrice

L'écoute de la formatrice

Petit comité donc adaptée au besoin des participants, flexibilité des sujets, utilisation de nos comptes pour GA4, Analytics etc

Exhaustif, Adapté aux éditeurs, Pratique, Terrain, Conseils sur les outils...

Ajustée à un éditeur BtoB format PME

L'adaptabilité et les compétences d'Alesya.



La formatrice a su appliquer les sujets aux cas concrets de notre société



Une formatrice au top (Alesya), des participants aux profils similaires (qui partagent donc les mêmes problématiques), du participatif tout au long de la formation, des mises en pratique sur les sites des participants.



Les échanges de tips et astuces, d'idées entre les participants et la formatrice



- exercices pratiques applicables pour notre entreprise et notre mission - petit groupe pour cette formation, plus d'interactivité et d'échange - Formatrice dynamique et très sympathique



Beaucoup de leviers passés en revue, les tests en condition sont très appréciés



Le fait que la formatrice ait pris le temps de s'adapter à notre entreprise / problématique métiers (l'avantage d'être la seule entreprise en formation) // Sujet traité dans son entièreté, complet



Bonne pédagogie, dynamique, cas pratiques, programme riche et varié voire presque complet.



La formation est très opérationnelle et pratique



La formatrice était très claire et à l'écoute, nous avons pu aisément utiliser nos cas dans les exercices ce qui permettait une bonne compréhension.



Adaptée aux problématiques de l'entreprise, échange entre les différents stagiaires pour avoir d'autres exemples, outils / bons usages d'actualités



la complémentarité des modules les travaux de groupe

Quels sont les points faibles de cette formation ?



contenu très dense en trois jours



Organization du temps, c'est dense et dur a digerer en peu de temps, etendue sur des demi-journée cela pourrait aider a la comprehension.



L'évaluation finale : il faut préciser quand on peut donner une ou plusieurs réponses...



Support à transmettre en début de formation.



A part quelques tips pour les éditeurs je ne vois pas pourquoi cette formation ne s'adresse qu'à eux. Formation assez dense et rythme soutenu, difficile de tout mettre en oeuvre



Parfois pas suffisamment adapté aux participants



Durée de la formation peut-être un peu courte pour aborder chaque sujet en détails



Un groupe peut-être un peu trop hétérogène : différents niveaux, différents métiers



Peut être encore plus de dynamisme par la réalisation d'actions par les stagiaires



Le rythme est dense ! Il me faudra du temps pour reprendre l'ensemble des notes prises pendant la formation et voir ce qui est applicable dans notre entreprise ou non.



Formation très riche avec un programme très ambitieux. Je ne supprimerai aucun sujet mais mériterait par contre un peu plus de temps. Je ressors frustrée du dernier jour où j'ai l'impression qu'il a fallu bcp accélérer pour s'assurer de tout couvrir et donc éluder certaines questions ou faire certains des exercices de façon assez superficielle et peu poussée, sans avoir la possibilité pour la formatrice d'en faire une vraie critique pour amélioration.



NC

██████████

Beaucoup de sujets abordés, certains nécessitent une formation plus longue

██████████

Manque benchmark sur les usages des autres éditeurs. Partie budgétaire.

████████████████████

Le manque de temps et le besoin de voir certains points plus en profondeur par rapport à d'autres moins importants

██████████

Parfois un peu trop de temps passé sur des points assez "basiques", que j'aurais aimé passer sur des sujets plus complexes.

██████████

La durée, il y a beaucoup de sujets à voir sur 3 jours, très dense.

██████████

Je n'en vois pas

████████████████

RAS

██████████

- Beaucoup de sujets en 3 jours. Certains sujets méritent d'être approfondis (passer plus de temps sur Google Analytics et Google Tag Manager par exemple, sur le PAM).

████████████████

Compliqué d'avoir la pleine maîtrise des outils d'analyse digitaux, il faudrait des jours pour assimiler les techniques de google notamment, qui change souvent aussi :) ou du CRM, très propre à chaque entreprise

████████████████

Un peu dense surtout l'après-midi J2 et l'après-midi J3, le sujet abordé de 14h-16h (Google Analytics) mériterait d'être abordé le matin, demande davantage d'attention et de concentration. // Dommage qu'il n'y ait pas eu un ou 2 autres éditeurs de logiciel en tant que stagiaire, il est toujours intéressant de voir ce qui est fait ou à faire chez des confrères // Formation qui mériterait presque 1 journée de plus pour prendre le temps de mettre davantage en application

████████████████████

RAS

██████████

J'en ai pas trouvé



Souhaitez-vous apparaître sur notre site Internet dans nos références avec le logo de votre entreprise et un lien direct sur votre site Internet.

Si oui, merci de nous indiquer le commentaire sur la formation à faire apparaître avec votre nom et votre fonction dans votre société. Merci



PERCONTE Pauline

J'ai été ravie de participer à cette formation très intense, dense et enrichissante. La formatrice était très claire et à l'écoute. Je repars avec des compétences solidifiées et un nouveau bagage de compétences. Merci beaucoup !

ROGER Manon

Un grand merci à Anaïs pour la très bonne organisation de la formation et son adaptation à mes contraintes de planning. Et bravo à Alesya pour cette formation claire, dynamique et parfaitement personnalisée : nous avons chacun reçu une analyse et des conseils sur nos sites et sur nos propositions lors des exercices.



LANDRE Marine

Une formation riche en contenus, apprentissages et échanges avec la formatrice. Très didactique et 100% personnalisée aux cas concrets qui font notre quotidien. 3 jours hors du quotidien et pourtant bien ancrés dans celui-ci en même temps. Je ressors avec une tonne d'idées actionnables très rapidement ! Le plus dur va être de tout mettre en œuvre

KAPIAS Lyubka

Une formation très intéressante et axée sur l'action. J'ai beaucoup aimé l'approche dynamique de l'enseignante qui maîtrise son sujet et qui propose des exemples concrets pour mieux comprendre le processus. Un apprentissage par la pratique très stimulant et efficace. Merci beaucoup! Je recommande!

CHAVOT Charlélie

Formation très intéressante, beaucoup de sujets abordés, la formatrice s'adapte à votre entreprise et vos besoins. La formation est dense pour 3 jours mais globalement très satisfait du résultat.

PALANGIER Jean-Baptiste

La formation en Marketing Opérationnel nous aura permis d'acquérir une vision globale des moyens à disposition des éditeurs de logiciels et de repousser plus loin les horizons. Un grand merci à notre formatrice !



MAGNO MONTEIRO DE BARROS Cédric

Une formation qui permet de se recycler et remettre en question les acquis et méthodes de travail. Tout ce que l'on fait n'est pas mal fait mais peut être optimisé, le focus de cette formation :)

LE JORT Laura

Une formatrice au top (Alesya), des participants aux profils similaires (qui partagent donc les mêmes problématiques), du participatif tout au long de la formation, des mises en pratique sur les sites des participants. J'ai hâte d'appliquer tout ce que j'ai appris durant ces 3 jours.

VALENZA Julie

La formation "marketing pour les éditeurs de logiciels" sur 3 jours est très riche et couvre toutes les briques du marketing opérationnel dans notre secteur d'activité. J'ai apprécié les cas pratiques que nous appliquions pour notre entreprise, ce qui a permis de voir tout de suite les actions à mettre en place et d'affiner notre plan marketing. Une formation efficace en petit groupe, avec de l'échange. Merci Alesya pour cette formation dynamique avec pleins de bons conseils !

LOGNONE Juliette

Formation très pratique adaptée au cadre professionnel ! J'ai apprécié de faire les exemples sur nos propres outils et plateformes. Nous avons eu un cours "quasi particulier" entre collaboratrices de la même structure. Merci à notre formatrice pour la disponibilité

KOUANDJI BEKOUMB Ginette Brigitte

Très bonne formation et la formatrice YUNUSOVA Alesya est juste professionnelle, agréable et appliquée. Elle maîtrise bien et sait transmettre les connaissances et compétences. Beaucoup d'interactions, de pratique sur des cas concrets et surtout un bon rythme d'apprentissage. Je recommande !

GAYINO Lydia

La formation " Marketing opérationnel" était très pratique. Elle m'a permis de faire de la veille, de réaliser un audit de mes compétences et de mes actions au sein de mon entreprise, et j'ai relevé de nombreux points d'améliorations. La formatrice Alesya était très à l'écoute et avait une bonne connaissance de son sujet. L'organisation de la formation était fluide. Je recommande cette formation à tous les marketeurs."

SOREL Louise

Cette formation m' été très utile, la formatrice prends le temps d'expliquer et d'éclaircir si nécessaire. L'attention particulière accordée au cas de chacun des participants est très appréciable et nous apporte une aide précieuse.

Quel est votre niveau de satisfaction suite à la formation ?

4.7

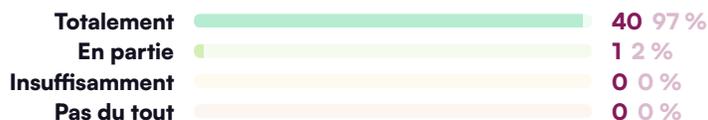
41 votants



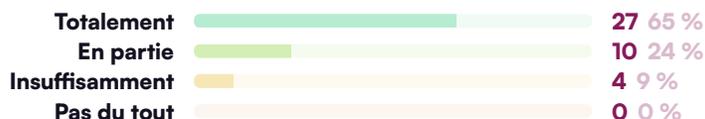
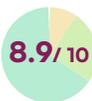
Préparation de la formation

9.6 / 10

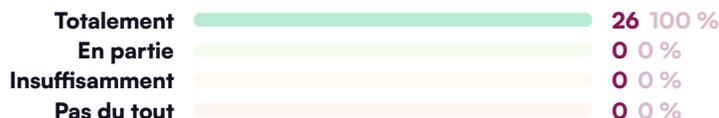
Le programme et les objectifs de la formation ont-ils été clairement annoncés ?



Avez-vous eu une discussion avec votre hiérarchie concernant cette formation ?

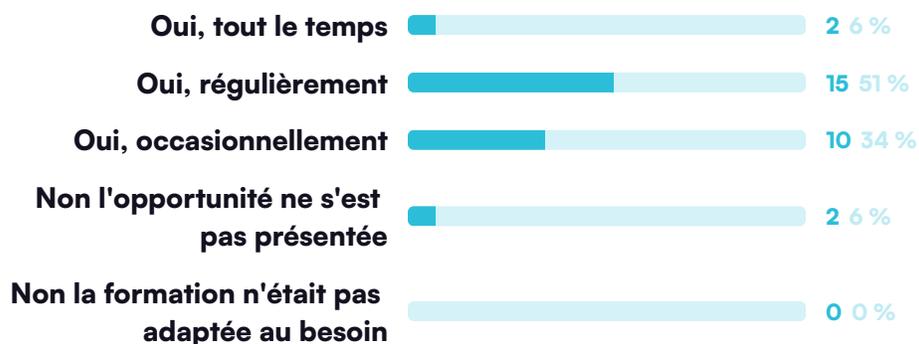


Avez-vous eu accès à votre espace de formation sur lequel se trouvent toutes les informations concernant son organisation ? (programme, dates, horaires, lieu)

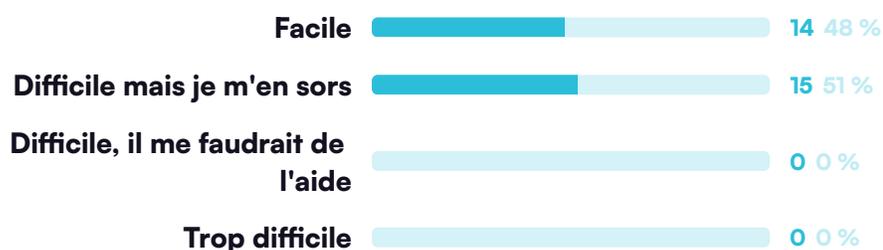


ÉVALUATION À FROID POUR LES APPRENANTS

Avez vous pu mettre en pratique les connaissances acquises ?



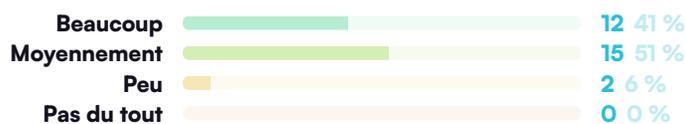
L'application concrète des connaissances vous paraît-elle ?



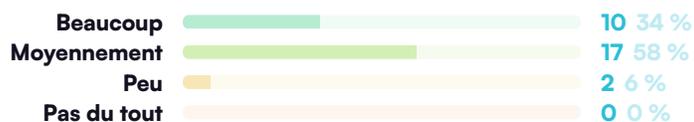
Impact de la formation



Cette formation a-t-elle accrue votre efficacité ?



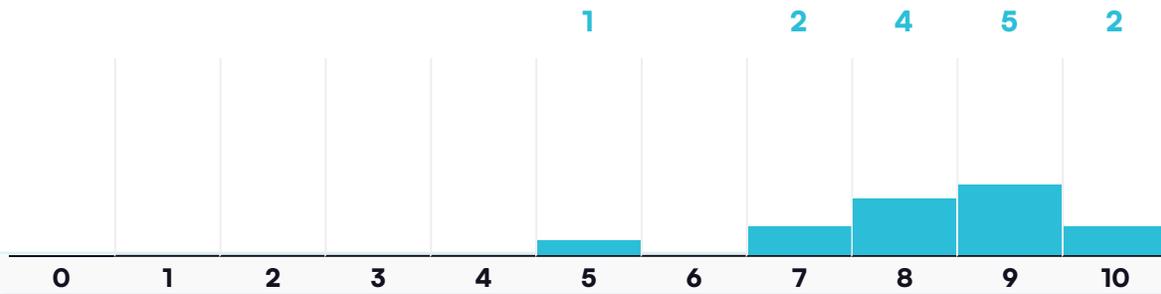
La formation a-t-elle accrue votre valeur sur le marché du travail (interne ou externe) ?



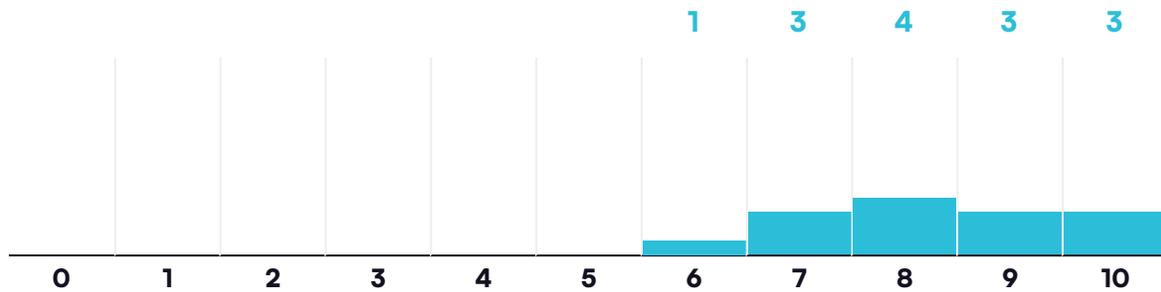
Évaluez vos compétences. Définir les objectifs du marketing opérationnel en cohérence avec



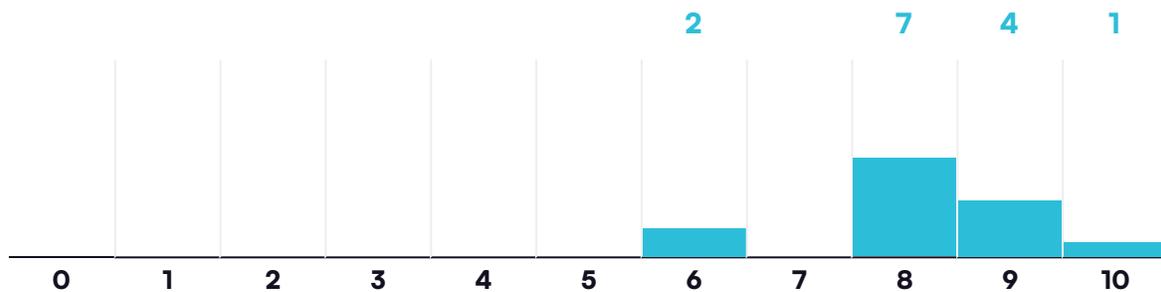
les objectifs commerciaux



Evaluez vos compétences. Construire un plan d'action marketing outbound (direct) et inbound en adéquation avec une offre logicielle

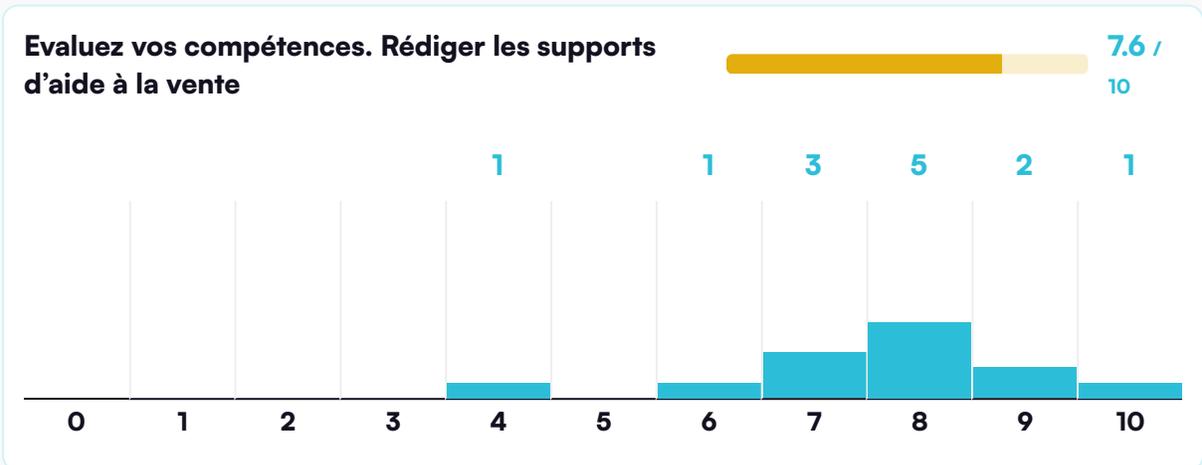
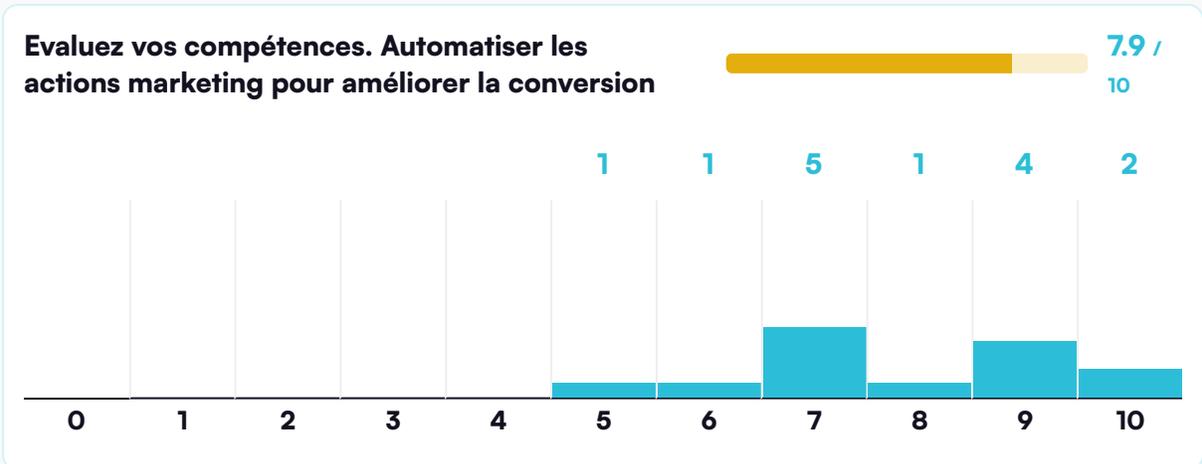
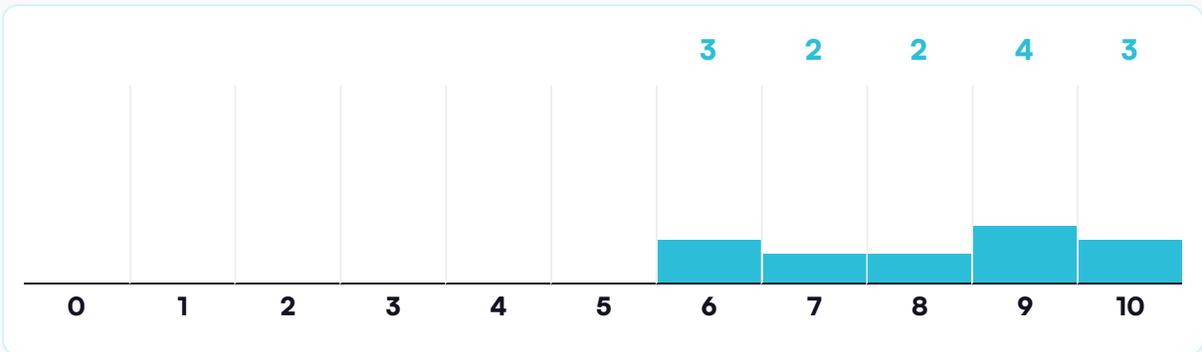


Evaluez vos compétences. Identifier et mettre en œuvre les actions marketing sous différents médias et par rapport au positionnement de son offre logicielle



Evaluez vos compétences. Concevoir un planning éditorial de contenus marketing par rapport à son offre logicielle





Quels sont avec le recul les éléments les plus utiles de la formation ?

XXXXXXXXXX

le référencement naturel et la mise en place du plan d'action marketing

XXXXXXXXXX

tous les outils

XXXXXXXXXX

les sujets digitaux

XXXXXXXXXX

des exemples concrets et des exercices

XXXXXXXXXX

Les outils

XXXXXXXXXX

Construction d'un PAM, audit et recommandations pour le site web, optimisation emailing et SEA. Les recommandations de prestataires sur les points qu'on pourrait sous-traiter.

XXXXXXXXXX

Définir une proposition de valeur / définir une meilleure architecture du site internet

XXXXXXXXXX

Exemples concrets, passer du temps sur notre propre situation

XXXXXXXXXX

La réalisation du Plan d'Action Marketing permettant de visualiser l'ensemble des actions à mettre en place avec rétro-planning

XXXXXXXXXX

Le focus sur LinkedIn Ads m'aura bien aidé à développer cet aspect de mon travail. Tout est plus clair !

XXXXXXXXXX

Richesse de contenu, échanges riches avec la formatrice et les autres participants

XXXXXXXXXX

Les cas concrets sur notre entreprise

XXXXXXXXXX

La partie marketing automation a été particulièrement utile. De plus, bien que le timing ait été serré, le fait d'aborder tous ces sujets m'a permis d'avoir une vision assez globale du champ des possibles en marketing opérationnel et de ce qui pouvait être attendu de moi à ce poste.

XXXXXXXXXX

Les exemples de Plan d'action marketing et les exercices réalisés tout au long de la formation

XXXXXXXXXX

Parcourir toutes les possibilités et leviers ;) très intéressant

XXXXXXXXXX

Les cas pratiques

XXXXXXXXXX

La mention des outils concrets existants sur diverses problématiques a clairement été l'élément le plus utile me concernant. Bien que la plupart ne soient pas gratuits, j'en ignorais l'existence et la recommandation concrète et illustrée d'exemples a permis de les intégrer (ou a minima de les tester) au sein du service.

Avec le recul, que vous a-t-il manqué durant la formation ?

XXXXXXXXXX

trop de sujets couverts en même temps

XXXXXXXXXX

il y a des sujets qu'on a pas en interne : salons, events, etc

XXXXXXXXXX

trop de sujets abordés à la fois

XXXXXXXXXX

-

XXXXXXXXXX

/

XXXXXXXXXX

Faire et sortir du côté généralité (même durant les exercices, globalement, dans le temps imparti, les mises en pratiques restent assez généralistes et répliques des exemples donnés mais pas assez poussé à notre situation - ce qui est normal sur le délai)

RAS

le temps :)

Bcp de sujets couverts, on pourrait consacrer plus de temps à Google Analytics 4

J'ai particulièrement apprécié le fait que l'on prenne le temps de mettre en pratique les différentes notions vues au cours de la formation, mais j'aurais aimé avoir encore plus de temps.

RàS

Plus de pratique pour les Ads c'est un métier à part entière

Plus d'utilisation des outils

RAS

Quels pourraient être les prolongements nécessaires à la formation ?

-

Une formation ou un point "recyclage", du type une journée pour analyser les actions mises en place et propositions de ré ajustements .

/

Un vrai temps d'échanges sur les mises en places possibles pour nous. Pousser l'exercice du plan marketing et se faire challenger.

RAS



Approfondir les différents sujets vus au cours de la formation : positionnement, ICP, présentation de l'offre, créer des contenus engageant + toutes les techniques de growth hacking.



RaS c'était complet et très bien condensé sur les 3 jours de formations



marketing digital et SEM

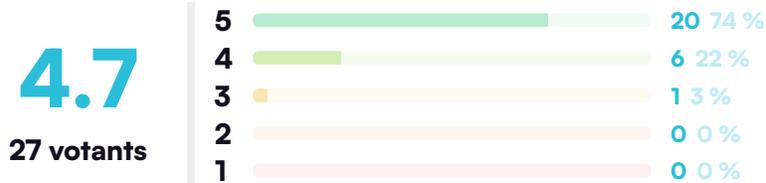


Je ne sais pas

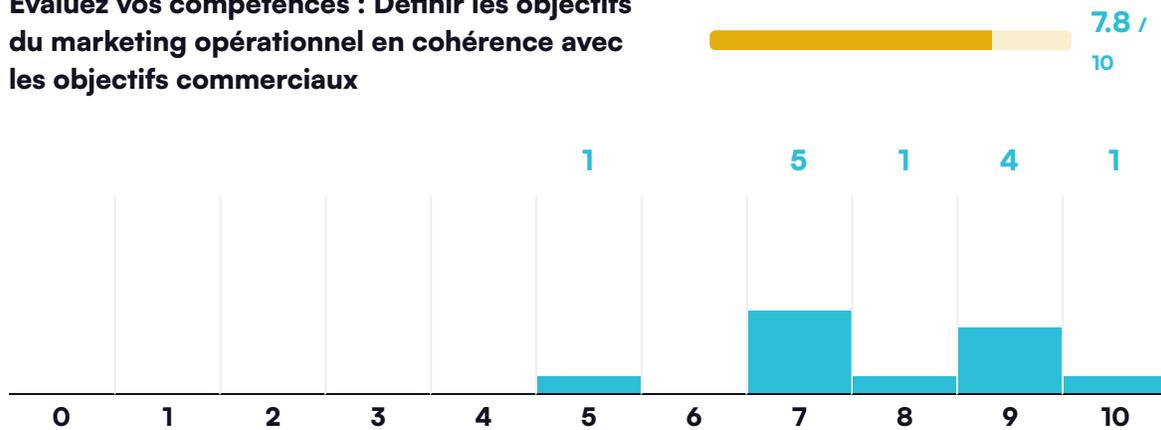


RAS

Un mois après la formation, quel est votre niveau de satisfaction ?



Évaluez vos compétences : Définir les objectifs du marketing opérationnel en cohérence avec les objectifs commerciaux



Évaluez vos compétences : Construire un plan d'action marketing outbound (direct) et inbound en adéquation avec une offre logicielle

