

L'ANGLAIS DU MARKETING

Programme de formation professionnelle



PRÉSENTATION

Le marketing, en constante évolution, s'exerce désormais dans un environnement digitalisé, *data-driven* et profondément international. Pour les professionnels du secteur, savoir communiquer en anglais ne se limite plus à comprendre une campagne ou traduire un slogan : il s'agit de présenter une offre, défendre une stratégie, convaincre un client ou collaborer avec des équipes multiculturelles.

Ce programme vise à développer les compétences linguistiques et professionnelles indispensables aux métiers du marketing, en lien direct avec les pratiques du terrain : analyse de campagnes, rédaction de contenus, prise de parole, négociation, communication interculturelle. Basé sur des cas concrets, des contenus authentiques et des outils digitaux, il permet de devenir opérationnel en anglais dans les fonctions du marketing et de la communication.

Le programme comprend deux volets essentiels :

- Le volet thématique vous permettra de maîtriser les concepts clés du marketing, notamment le *branding*, la segmentation, le ciblage, etc., le tout en anglais. Cette maîtrise se fera à travers une combinaison d'éléments interactifs et multimédias, d'études de cas pratiques, d'exercices d'enrichissement du vocabulaire, d'activités de compréhension écrite et orale, ainsi que de discussions guidées.
- Le volet méthodologique sera axé sur le développement de compétences communicatives ciblées. Vous apprendrez à réaliser des présentations professionnelles percutantes, à valoriser efficacement vos produits et à rédiger des documents marketing de haute qualité. Ce parcours vous permettra également de renforcer votre confiance en vous, une compétence clé dans le domaine du marketing international.

PUBLIC CIBLE

Ce programme s'adresse aux responsables marketing, chargés de communication, chefs de produit, assistants marketing, *community managers*, consultants, étudiants en marketing ou communication, professionnels de la vente ou du digital.

PRÉREQUIS

- Niveau B1.1 sur l'échelle de niveau CECRL (Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues).
- Une compréhension des notions fondamentales en marketing, communication et métiers du numérique.
- Pour les formations à distance : accès à un ordinateur (PC ou Mac), muni d'un micro, d'une webcam ainsi que d'une bonne connexion Internet pour les séances de mentorat (minimum 3.2 Mbps en envoi et 10 Mbps en réception de données). Cliquez ici pour [tester la qualité de votre connexion](#). Être administrateur de votre ordinateur afin de pouvoir installer des applications (par exemple Zoom).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Le programme vise le développement des compétences langagières en anglais appliquées aux contextes professionnels du marketing traditionnel et digital.

Compréhension orale

- Comprendre des présentations, campagnes publicitaires, podcasts et interviews marketing
- Identifier les messages clés, les intentions et les arguments dans des contenus oraux variés

Compréhension écrite

- Lire et analyser des contenus marketing : articles, campagnes, newsletters, fiches produit
- Extraire les arguments, valeurs, positionnements et axes de communication

Expression et interaction orales

- Présenter une offre, un produit ou une marque à l'oral
- Défendre une idée, proposer une stratégie, argumenter en réunion
- Prendre la parole dans un brainstorming, une présentation client ou une conférence

Expression et interaction écrites

- Rédiger des documents marketing : slogans, e-mails, descriptifs, résumés de campagne
- Utiliser un style convaincant, adapté aux supports et aux publics

+ Objectif transversal

- Acquérir et mobiliser le vocabulaire propre aux fonctions marketing et aux outils de communication digitale dans différents contextes professionnels.

CONTENU DE LA FORMATION

Afin de concevoir un parcours de formation personnalisé, un choix sera effectué parmi les thèmes et les compétences professionnelles ci-dessous selon les besoins et objectifs des participants.

Thématiques

1. Le mix marketing (4P/7P) et stratégie marketing
Marketing mix and strategy
2. Positionnement, ciblage et segmentation (STP)
Positioning, targeting and segmentation
3. Analyse SWOT, matrices stratégiques (BCG, McKinsey)
SWOT analysis and strategic matrices
4. Étude de marché, veille concurrentielle et comportement du consommateur

Market research, competitive intelligence and consumer behaviour

5. Branding, storytelling, valeurs de marque
Branding, storytelling and brand values

6. Marketing digital et omnicanal
Digital and omnichannel marketing

7. Réseaux sociaux, community management, e-réputation
Social media, community management and e-reputation

8. Webmarketing : SEO, SEA, email marketing, content strategy
Web marketing: SEO, SEA, email marketing, content strategy

9. Publicité : formats, messages, médias
Advertising: formats, messages, media

10. Packaging, visuels, supports de communication
Packaging, visuals and communication materials

11. Événementiel et marketing expérientiel
Event and experiential marketing

12. Lancement de produit et campagnes promotionnelles
Product launch and promotional campaigns

13. Marketing B2B vs B2C
B2B vs B2C marketing

14. Communication interculturelle et internationale
Intercultural and international communication

15. Marketing responsable et tendances sociétales
Ethical marketing and societal trends

Compétences de communication professionnelle

- a. Présenter un produit, un service ou une marque à un client ou un partenaire
- b. Réaliser un pitch ou une présentation marketing
- c. Parler du lancement d'un produit ou d'une campagne publicitaire et en évaluer l'efficacité et les résultats pour ajuster la stratégie marketing
- d. Décrire un visuel, commenter un slogan ou une affiche publicitaire
- e. Présenter de manière claire et persuasive des analyses de données, des indicateurs clés de performance; décrire des tendances et des prévisions
- f. Présenter une étude de marché de manière concise et engageante tout en soulignant les opportunités commerciales
- g. Expliquer un positionnement, une cible, une différenciation
- h. Réagir à un brief client ou un retour consommateur

- i. Argumenter lors d'un brainstorming, d'une réunion ou d'une négociation
- j. Rédiger une fiche produit, un descriptif, un message clé ou une accroche
- k. Traduire une intention en message marketing adapté

TRAVAIL DEMANDÉ EN DEHORS DES SÉANCES

- Révision régulière du contenu abordé pendant les séances.
- Lecture d'articles de la presse anglophone et/ou d'extraits d'ouvrages dont une synthèse sera présentée lors des séances tutorées.
- Préparation et présentation de documents professionnels (e.g. posts, diapos, interprétation de graphiques ou de données, comptes-rendus, correspondance, etc.), en appliquant les acquis de la formation.
- Écoute de podcasts et visionnage de vidéos (interviews d'experts, TED Talks, mini-reportages, etc.) pour développer la compréhension orale et enrichir le vocabulaire.
- Réalisation des exercices proposés dans les manuels ou supports pédagogiques fournis par la formatrice.

MÉTHODES ET APPROCHES PÉDAGOGIQUES MOBILISÉES

L'animation pédagogique s'appuiera sur l'alternance des approches pédagogiques suivantes :

- **Approche communicative** (*Communicative Language Teaching*) : elle met l'accent sur l'échange d'informations, la négociation de sens, l'adaptation du discours à l'interlocuteur et le développement de l'aisance relationnelle, essentiels dans le marketing international.
- **Perspective actionnelle** (*Task-Based Language Learning*) : réalisation de tâches concrètes et contextualisées, telles que la rédaction d'e-mails professionnels, la préparation de présentations ou la participation à des réunions.
- **Classe inversée** : acquisition autonome des notions théoriques (via vidéos, lectures, exercices, etc.), afin de consacrer les sessions en présentiel à des activités interactives et à la mise en pratique.
- **Méthodes active et expérientielle** : apprentissage par la pratique grâce aux productions personnelles, simulations, jeux de rôle et mises en situation proches du contexte professionnel.
- **Méthode heuristique** : encouragée par la résolution structurée de cas, elle développe l'autonomie et la réflexion critique.
- **Méthode collaborative** : travail en équipe pour résoudre des problématiques d'entreprises, échanger des idées et mener à bien des projets collectifs.

Le programme adopte une approche intégrée : les participants travailleront sur des projets marketing, fictifs ou inspirés de cas réels et mettront en pratique les compétences acquises dans un environnement simulé mais réaliste, reproduisant les exigences du monde professionnel.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Individuel extensif : en présentiel, à distance synchrone ou hybride
- Collectif extensif en petits groupes : en présentiel, à distance synchrone ou hybride

Toutes les formations présentielles sont proposées en intra-entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- **Évaluation continue** : les compétences des participants sont évaluées tout au long de la formation à travers des activités pratiques, des exercices interactifs et des mises en situation professionnelle. Cette démarche permet de suivre en temps réel la progression de chacun et d'ajuster la pédagogie en fonction des besoins identifiés.
- **Rapport de formation** : à l'issue du parcours, un rapport individuel rédigé par la formatrice présente une synthèse des compétences acquises, met en lumière les points forts et propose des axes d'amélioration. Ce document constitue un bilan complet des acquis de la formation.
- **Évaluation à chaud** : en fin de formation, les participants sont invités à remplir un questionnaire afin de partager leur ressenti sur les contenus, les méthodes pédagogiques et l'organisation. Ces retours permettent d'évaluer l'impact de la formation et d'améliorer les prochaines sessions.

SUPPORTS UTILISÉS ET DOCUMENTS DE TRAVAIL MIS À DISPOSITION

- Les supports créés ou adaptés par la formatrice.
- Outils pédagogiques : aide à la rédaction de documents professionnels et à la conception de présentations ; extraits de réunions, entretiens, négociations et présentations pour servir de référence.
- Ressources supplémentaires pour approfondir les thèmes étudiés (contenu authentique tel que des conférences, émissions radio/TV, podcasts, extraits d'ouvrages, articles, etc.).
- Un manuel numérique.
- Une plateforme d'apprentissage de l'anglais.
- Des fiches d'exercices.
- Des études de cas.
- Un manuel de grammaire (format PDF).

Des extraits issus des ouvrages pédagogiques suivants peuvent être utilisés en fonction des besoins :

English for Marketing and Advertising (Express Series). Sylee Gore. Oxford University Press

Professional English in Use: Marketing, Cambridge University Press, Cate Farrall & Marianne Lindsley. Cambridge, United Kingdom.

Market Leader Series. Marketing. Nina Driscoll. Pearson Longman.

Sales and Marketing. Career Paths. Virginia Evans, Jenny Dooley, Craig Vickers. Express Publishing,

MODALITÉS D'ACCÈS

Pour vous inscrire à cette formation, il suffit de :

- me contacter par e-mail.
- ou de remplir le formulaire de demande d'inscription en ligne à [ce lien](#).

Un test de positionnement sera proposé en amont afin de valider les prérequis et d'adapter, si nécessaire, les modalités pédagogiques.

Les demandes sont traitées dans un délai moyen de 2 jours ouvrés.

DÉLAI D'ACCÈS

En moyenne 21 jours après la demande d'inscription.

DURÉE

- **Formules standard** : 10 heures, 20 heures ou 30 heures.
- **Formules sur mesure** : adaptées aux besoins spécifiques des participants ou de l'entreprise.

TARIFS

- **Formules sur mesure** : tarif sur devis.
- **Formules standard** :
 - 10 heures : **750 € net de taxe**
 - 20 heures : **1 440 € net de taxe**
 - 30 heures : **2 100 € net de taxe**

CONTACT

Elsa Terry Sleiman - Email elsa.v.terry@gmail.com - Tél. 0687195453

Consultez mon CV via ce lien : <https://www.linkedin.com/in/elsa-t-16976151/>

ACCESSIBILITÉ

À ce jour, les formations ne sont pas entièrement adaptées à toutes les typologies de handicap. Cependant, des adaptations pédagogiques et organisationnelles peuvent être mises en œuvre après une évaluation individualisée des besoins. Étant donné que les formations présentielle se déroulent en intra-entreprise, je collabore avec les entreprises et les participants pour identifier les besoins de compensation en amont de l'inscription afin d'adapter les modalités de formation en conséquence. Si aucun aménagement adapté ne peut être mis en place, une orientation vers un organisme ou une solution plus appropriée sera proposée.

Dernière mise à jour le 17 mai 2025