

COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DU CONTRÔLE DE GESTION_1666

2000 € HT (tarif inter) | REF : -GES1589
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Ce cours vise à former les participants à toutes les étapes clés de l'entrepreneuriat, allant de la comptabilité à la création d'un business plan efficace.

PROGRAMME

Fondamentaux du contrôle de gestion

- Introduction au contrôle de gestion : rôle et objectifs.
- Les différents types de contrôle de gestion.
- Les principes de base de la comptabilité et des états financiers.
- Le processus de budgétisation : concepts et étapes clés.
- Les indicateurs de performance financière et non financière.
- L'analyse des écarts budgétaires et les actions corrective.

Analyse des coûts et rentabilité

- Les différents types de coûts en marketing digital : coûts directs, coûts indirects, coûts variables, coûts fixes.
- Les méthodes de calcul des coûts : coût moyen pondéré, coût marginal, coût complet.
- L'analyse des coûts par activité (Activity-Based Costing).
- L'évaluation de la rentabilité des actions marketing.
- L'analyse de la valeur client (customer lifetime value).
- La prise de décision basée sur les coûts et la rentabilité.

Élaboration et gestion des budgets marketing

- La planification budgétaire : définition des objectifs et des ressources nécessaires.
- L'élaboration d'un budget marketing efficace.
- Les techniques de prévision des revenus et des dépenses.
- Le suivi budgétaire : indicateurs de performance financière et non financière.
- L'analyse des écarts budgétaires et les actions correctives.
- L'ajustement des budgets en fonction des résultats et des objectifs.

Tableaux de bord et rapports de gestion

- Les principaux tableaux de bord en contrôle de gestion.
- La sélection des indicateurs pertinents pour le marketing digital.
- La mise en place de tableaux de bord efficaces.
- L'élaboration de rapports de gestion clairs et synthétiques.
- La communication des résultats financiers aux parties prenantes.
- L'utilisation d'outils de visualisation des données pour présenter les résultats.

Études de cas et mise en pratique

- Études de cas pratiques sur l'application des concepts de contrôle de gestion au marketing digital.
- Analyse des données financières et budgétaires spécifiques au marketing digital.
- Exercices pratiques de budgétisation et d'analyse des résultats.
- Synthèse et évaluation finale de la formation.
- Questions-réponses et discussion ouverte sur les défis spécifiques liés au contrôle de gestion en marketing digital.



5

JOURS

35

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les différentes étapes du processus entrepreneurial
Savoir comment créer un business plan efficace
Comprendre comment la comptabilité peut aider à soutenir la prise de décision
Comprendre comment les différents canaux de marketing peuvent être utilisés pour soutenir une entreprise en démarrage

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chefs de projet, responsables multimédia, développeurs Web

PRÉREQUIS

Une sensibilité à la stratégie de communication serait un plus

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte