



Points forts : Atelier de pratiques professionnelles avec mise en situation de travail
Blending learning : Présentiel + Tutos + Classe virtuelle synchrone

Marketing

Objectifs de la formation

- Analyser les marchés, et détecter des opportunités
- Évaluer le potentiel des segments de marché
- Déterminer les contraintes d'un marché
- Définir une cible et réaliser un positionnement efficace
- Déterminer les variables du Mix-marketing
- Mettre en place un plan marketing

Objectifs opérationnels

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

Définir une stratégie marketing, et de mettre en place un plan marketing en cohérence avec le business model de l'entreprise

Programme de la formation

- **Module 1 (7 heures) :**
 - Rôle et fonction du Marketing dans l'entreprise
 - La stratégie d'entreprise, et approche du Business model
 - Définition d'un marché
 - Qu'est-ce qu'un segment de marché
 - Utilisation des matrices SWOT, PESTEL, BCG, ANSOFF, PORTER
- **Module 2 (7 heures) :**
 - L'analyse de marché, les variables du marché, les Facteurs Clés de succès d'un segment de marché
 - La tendance d'un marché
 - Notion de segmentation stratégique, réalisation de l'avantage distinctif, la position Concurrentielle, le Mix-marketing
 - L'élaboration de la stratégie marketing
 - Le cycle de vie produit ou service
 - Introduction au e-marketing, ou comment booster ses ventes grâce aux réseaux sociaux
 - Les éléments clés d'une étude de marché
- **Module 3 (7 heures) :**
 - Le comportement des consommateurs
 - La gamme de produits ou services
 - La politique prix de l'entreprise
 - Les différents canaux de distribution
 - La publicité, la communication, la politique de promotion
 - Le plan marketing et le contrôle des résultats
 - Approche du Marketing International
 - La boîte à outils du marketeur

Public :

Toute personne souhaitant acquérir des connaissances des pratiques de la fonction marketing

Personnes à mobilité réduite :

Merci de prendre contact avec l'organisme afin de préciser les besoins d'accessibilité

Pré-requis :

Disposer d'une pratique professionnelle dans les domaines de la relation client

Conditions :

Étude dossier du candidat et qualification et positionnement stagiaire

Durée :

3 jours (21 heures)

Lieux :

Haut de France et IDF. Autre région ou pays à définir

Attestation :

Attestation de formation délivrée à l'issue de la formation

TARIF 2019/2020

INTER : 1300 € + repas 20 €/J
(mini 5 participants)
INTRA : 2800 € (maxi 10 participants)

Information et inscription

Tél. 07 78 24 11 44
gosan@outlook.fr

Cette formation fait l'objet d'une évaluation de la satisfaction par le public accueilli

Méthode d'évaluation

Oral, étude de cas, et QCM

Intervenants

Cette formation est animée par un spécialiste de la vente et du marketing

Moyens matériels

Salle de formation équipée, tableau blanc, paper board, vidéo projecteur, caméra

Méthodes pédagogiques

Apports théoriques, cours, cas pratiques, jeux de rôle, mise en commun des expériences de chacun. Prise en compte de la situation des stagiaires lors de la qualification

Financement

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge (CPF, CIF, AGEFIPH, CSP, Plan de sauvegarde de l'emploi, OPCO, etc.)

