

Cette formation vous permet de (re)découvrir le métier de marketeur et de passer en revue les leviers marketing les plus importants à la disposition des entreprises qui souhaitent être plus performantes et créer de la valeur pour leurs clients. Sont ainsi abordés tous les aspects du marketing dans leurs grandes lignes, de l'étude du marché au plan d'actions opérationnel, en passant par la définition du « marketing mix », du marketing direct, et l'impact du web et des nouvelles technologies sur le marketing.

### LES OBJECTIFS

- Acquérir les clés du marketing, des outils d'analyse du marché efficaces et adaptés aux besoins de l'entreprise pour avoir une vision globale et riche de l'esprit marketing
- Se familiariser avec les concepts, techniques et outils principaux du marketing direct
- Cerner les problématiques et enjeux du « search marketing » pour mieux comprendre les techniques d'optimisation et leurs implications

### PROGRAMME

- Comprendre ce qu'est le Marketing aujourd'hui
- Connaître les définitions et concepts clés, le vocabulaire
- Distinguer ce qui relève du Marketing stratégique et du Marketing opérationnel
- Identifier les spécificités du BtoC, du BtoB,
- Analyser l'impact des technologies et des tendances sociétales sur les méthodes Marketing

#### L'ANALYSE ET LE CHOIX DES MARCHÉS

- Comprendre l'importance de la veille et de la connaissance de son environnement
- Connaître les bases des études de marché, élargir au benchmark utile
- Savoir « positionner » ses concurrents sur un échiquier

#### POSITIONNER SA MARQUE / SON PRODUIT

- Segmenter son marché
- Choisir ses cibles
- Etablir une stratégie de différenciation et mettre en avant ses avantages concurrentiels

#### LES MOYENS D' ACTIONS (LE « MIX MARKETING »)

- Définir le produit
- Définir le prix
- Définir la politique de distribution
- Définir la politique de promotion et de communication

#### LA MISE EN ŒUVRE DU MARKETING

- Construire un plan Marketing
- Gérer les prestataires externes
- Piloter les actions et contrôler les résultats

#### CONCEVOIR UN PRODUIT POUR CONVAINCRE UN CLIENT

- Ajuster les ressources humaines (commerciaux, designers, financiers...)
- Élaborer votre Marketing opérationnel et les principaux indicateurs de performance de votre plan
- Dynamiser les Offres produits/services
- Gérer activement les Prix
- Valoriser la Distribution et l'optimiser
- Améliorer l'organisation avec l'équipe commerciale
- Intégrer la Communication



### MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Journées pratiques, avec un focus sur la démarche globale et ses étapes cruciales (de la stratégie au Plan d'actions opérationnelles)
- Alternance d'apports méthodologiques et d'échanges d'expériences
- Utilisation d'un « fil rouge » pour illustrer la démarche

### LES PLUS DE CE PROGRAMME

- Le contenu s'adapte aussi bien à ceux qui ont des bases en Marketing mais souhaitent mettre à jour leurs connaissances qu'aux personnes débutantes en la matière
- Utilisation d'un « fil rouge » pour intégrer les connaissances et savoir-faire