



Marketing - Notions

Durée : 14 Heures

Niveau Requis :
Notions de gestion
d'entreprise.

Public Visé :
Personnel
décisionnaire.

Objectifs de la formation :

Acquérir les compétences nécessaires pour comprendre le marketing et gérer au mieux votre entreprise.

Déroulement du Cours

L'enjeu du marketing : la satisfaction client

Le marketing : un état d'esprit, une démarche rigoureuse et trois missions principales.

Les spécificités marketing selon les secteurs : marketing industriel, marketing des services, marketing international.
Distinction entre marketing stratégique et marketing opérationnel.

Situer son offre sur ses marchés

Analyser l'environnement, la concurrence et les consommateurs sans rien négliger, en un minimum de temps.

Organiser la veille et utiliser le système d'information marketing.

Savoir quand faire une étude et quelle méthodologie choisir.

Comprendre les attentes et les motivations des clients.

Analyser les forces et les faiblesses de l'offre.

Établir un diagnostic marketing avec la matrice SWOT.

Définir les axes de la stratégie marketing

Les trois étapes pour construire une stratégie marketing : segmenter, cibler, positionner.

Concilier la fidélisation client et la rentabilité des actions marketing.

Respecter les règles d'or d'un bon positionnement et le principe de cohérence du mix-marketing.

Gérer son portefeuille d'activités en liaison avec le cycle de vie des produits.

Prendre en compte la rentabilité et le retour sur investissement.

Se différencier par le mix-marketing

Créer et renouveler les produits pour répondre aux attentes clients.

Développer son offre par les services associés.

Définir le prix en tenant compte du marché et du positionnement.

Bâtir le plan de communication médias et hors médias.

Choisir le réseau de distribution le mieux adapté.

Mettre en place une communication multicanal.

Réaliser le plan marketing

Objectifs du plan marketing.

Le plan marketing : structure, modalités de validation et conseils de présentation.

Lien entre plan marketing, plan d'actions commerciales et plan de production.

Moyens Pédagogiques :

Salle informatique équipée de PC, versions les plus récentes des logiciels, vidéoprojecteur, support de cours (offert).

Méthode d'évaluation des acquis :

Exercices Pratiques, Feuilles d'émargements, Bilan de Compétence (sur demande).

SKAP CONSULTING

41, Rue Francis de Pressensé – 69100 Villeurbanne

☎ : 04.27.46.00.70 – 📠 : 04.27.46.00.79

www.skap-consulting.com – contact@skap-consulting.com

SARL au Capital de 50 000 €

RCS LYON 478 161 359 000 11 – Code NAF 721 Z

Organisme de Formation enregistré sous le n°82690727369 auprès de la préfecture de Rhône-Alpes