

LE MARKETING STRATEGIQUE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET COMPETENCES VISES :

Situer son entreprise sur le marché. Adopter des méthodes stratégiques pour avoir de la croissance ou fidéliser ses clients

PUBLIC : Tout public

PRÉREQUIS : Aucun prérequis

DURÉE : 14 heures

SUIVI DE L'ACTION ET APPRECIATION DES RESULTATS :

- Feuille d'émargement
- Fiche d'évaluation de formation



FORMATIC
Former vers le succès

MODALITES D'EVALUATION :

- Auto positionnement avant ou en début de formation
- Evaluation continue tout au long de la formation
- Evaluation finale du transfert des acquis pour valider la mise en œuvre en situation de travail par test ou mise en situation

www.formatic.net
FORMATIC, une société du Groupe PSB

PROGRAMME

ANALYSER LES DONNÉES SUR L'ENVIRONNEMENT INTERNE ET EXTERNE DE L'ENTREPRISE

- Le marketing
- Le Marché
- Les différents outils d'analyse de l'offre
- Analyse de la demande : Comportement d'achat, notion de besoin...
- L'analyse du parcours d'achat du client
- Demande et Marketing

LA STRATÉGIE MARKETING

- Segmentation
- Ciblage
- Positionnement

LES DIFFÉRENTS OUTILS DU DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE

- Matrice Porter
- L'audit SWOT et les choix d'orientations stratégiques.
- Comment connaître la meilleure croissance : Matrice Ansoff
- La matrice d'aide à la décision : BCG

MIX MARKETING : LE PRINCIPE DE LA COHÉRENCE

- Produit / Prix / Distribution / Communication

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :

- Méthode pédagogique basée sur des échanges d'expériences, des mises en situation et des exercices pratiques novateurs, élaborés par nos équipes (corrigés et fiches techniques laissés aux participants)
- Individualisation, personnalisation et adaptation au niveau et au besoin de chaque apprenant
- Vidéo projecteur, vidéo, APN, PC individuel. Fourniture d'une documentation numérique complète
- Formateurs expérimentés dans leurs domaines (joignables avant et après la formation)