

DEFINIR UNE STRATEGIE MARKETING GAGNANTE

Ref : MARK-DEF2

Page 1/3

**LES OBJECTIFS DE LA FORMATION**

- . Définir sa stratégie marketing
- . Analyser son marché et son environnement
- . Elaborer son marketing mix
- . Mettre en œuvre une stratégie de marketing direct
- . Exploiter une base de donnée

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout chef d'entreprise ou salarié désirant améliorer sa démarche commerciale.

PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Cette formation intègre des notions de base dans la spécialité, il n'y a pas de pré-requis particulier. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.. 0

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 4 sessions pour une durée totale de 14 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de FERNANDES-COZ Ghislaine, dont l'organisme de formation répond à la norme de Qualité Qualiopi.

SUIVI ET EVALUATION

A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Un questionnaire fera l'objet d'une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation. Le suivi concernant la mise en pratique et les bénéfices des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 à 6 mois qui suivent la fin de l'action de formation. L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz et d'exercices pratiques ou de contrôle continu.

OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).

**DATES ET LIEU DE FORMATION :**

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 14 heures



Groupe : de 1 à 8 personnes

**CONTACT**

FERNANDES-COZ Ghislaine

ghislaine.coz@gmail.com

06 62 49 23 71

Service administratif

contact@formagest.fr

DEFINIR UNE STRATEGIE MARKETING GAGNANTE

Ref : MARK-DEF2

Page 2/3

CONTENU DE LA FORMATION**A DÉFINIR LE MARKETING**

Identifier les enjeux du marketing

Construire un diagnostic Marketing (SWOT) après avoir Analyser son Marché et son environnement

B CONSTRUIRE SA STRATEGIE MARKETING

Définir sa Cible et ses Marchés prioritaires

Rédiger son Positionnement Marketing

C ELABORER SON MARKETING MIX

Définir son offre Produit et son offre Prix

Définir ses moyens de Communications et de Distribution

D METTRE EN ŒUVRE UNE STRATEGIE DE MARKETING DIRECT

Personnaliser sa Relation Client

Constituer et exploiter une base de données