

AGIPLUS FORMATION

3 village vieille-roche

56130 CAMOEL

Email : annelaure.agiplus@gmail.com

Tel : 0699729366



Définir et déployer sa stratégie marketing

Cette formation vous permettra de mettre en place une stratégie marketing efficace dans votre entreprise

Formation présentielle

Durée: 24.00 heures

Profils des stagiaires

- Tous publics

Prérequis

- Aucun

Prix indicatif HT

1200.00

false

Objectifs

Objectif principal : Perfectionnement, élargissement des compétences

Objectifs pédagogiques :

- Acquérir une vision complète et actuelle du marketing stratégique et de son influence sur l'entreprise
- Enrichir sa pratique et déceler de nouvelles pistes de développement
- - S'approprier les modèles d'aide à la décision

Contenu de la formation

- Stratégie marketing : la démarche
 - • Étapes et champs du marketing stratégique.
 - • Les enjeux de l'expérience client.
 - • Les différentes stratégies marketing.
- Marketing stratégique : l'audit externe
 - • L'analyse macro-économique : tendances et influences indirectes.
 - • L'approche par le cycle de vie du marché.
 - • Les 5 forces de Porter : identifier la concurrence.
- Marketing stratégique : la segmentation du marché
 - • L'arbre de segmentation.

AGIPLUS FORMATION

3 village vieille-roche

56130 CAMOEL

Email : annelaure.agiplus@gmail.com

Tel : 0699729366



- • L'analyse des besoins et motivations.
- • Les critères de segmentation pertinents.
- De l'audit aux choix stratégiques : les modèles d'analyse
 - L'attractivité du marché versus la compétitivité de l'entreprise.
 - • Les différents modèles d'aide à la décision : BCG, Kinsey, ADL.
 - • L'audit SWOT et les choix d'orientations stratégiques.
 - • Quatre approches stratégiques: Ansoff, Porter, Kotler et Océan bleu.
 - • Les étapes de la stratégie marketing à son déploiement.
- / Élaborer un positionnement source de valeur
 - • Choix d'un positionnement: les stratégies de différenciation.
 - • Critères pour un positionnement pertinent.
 - • La démarche de positionnement.
- Déployer la stratégie marketing
 - • Structure d'un plan marketing
 - • Déployer la stratégie autour des 5P du Mix-marketing

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.