Développez vos talents
Certifiez vos compétences

Stratégie marketing

Élaborer un positionnement d'offre performant

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19POSI | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Stratégie marketing

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Maîtriser les outils utiles pour faire des choix judicieux en terme de positionnement.
- Mieux différencier ses offres.
- Mettre en place une démarche participative afin d'impliquer les acteurs internes.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Avoir une connaissance du marketing.

Public concerné

Responsables marketing, chefs de produits / de marque / de marché, responsables et chargés de communication, chefs d'entreprise.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Pourquoi faut-il choisir une cible ?

Mettre au point un process de positionnement engageant

- Optimisation du ciblage, prise en compte des besoins consommateurs, différenciation... : appréhender et valoriser les enjeux du positionnement d'offre.
- Maîtriser le triangle d'or du positionnement : les attentes des clients, le positionnement des concurrents, les atouts potentiels du produit.
- Structurer l'expression du positionnement en utilisant des outils efficaces : méthode CAB, matrices pour offres complexes ou BtoB...
- Impliquer les acteurs internes pour enrichir sa démarche : conseils et bonnes pratiques.

Identifier son avantage concurrentiel pour choisir une stratégie différenciante

- Analyser son offre existante pour tabler sur ses points forts.
- S'appuyer sur le positionnement de marque pour déterminer les éléments spécifiques de son positionnement de l'offre.
- Examiner le triangle d'or du positionnement pour choisir les avantages compétitifs et caractéristiques distinctives.
- Se concentrer sur ses éléments différenciants pour définir son plan marketing et ses priorités.

Formuler son positionnement marketing et la communiquer

- Unicité, clarté, confiance... : rédiger un positionnement impactant pour inciter à l'achat.
- Tester ses messages et arguments pour valider les hypothèses émises et valider son positionnement marketing.
- Challenger son mix marketing avec son positionnement pour le diffuser et le communiquer auprès des cibles.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour

mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.