Stratégie marketing

Les clés du marketing stratégique

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19CLEMAS | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 550 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- S'approprier les outils de l'analyse stratégique marketing et les modèles d'aide à la décision.
- Utiliser les outils du marketing stratégique pour mieux piloter son activité.
- Identifier les dernières tendances digitales pour une stratégie omnicanale et customer centric.

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

Aucun

Public concerné

Managers et responsables marketing, chef de produits et responsable d'offre.

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.

Les grandes questions relatives au marketing stratégique

- Le marché : matrice de Porter.
- La bonne analyse de l'environnement, PESTEL, SWOT.
- L'analyse de l'existant : la matrice BCG.
- La segmentation de clientèle.
- La stratégie de ciblage, revue des différentes stratégies possibles.

Le positionnement et la stratégie de marque

- Le positionnement : comment le formuler ?
- Le modèle de Porter.
- L'apport de la stratégie Océan Bleu.
- La gestion des portefeuilles de marques.
- Le prisme de la marque.

L'innovation comme source de valeur

- Innover à partir des insights clients.
- Mesurer l'intérêt financier de l'innovation.
- Identifier les innovations les plus prometteuses.
- Gérer le portefeuille d'innovations.

Les grandes tendances digitales au service de sa stratégie omnicanale et customer centric

- Le marketing mobile, le e-commerce, le multicanal, l'expérience utilisateur...
- Le big data/smart data : passer au marketing prédictif.
- Le marketing automation pour optimiser sa performance.
- Le social marketing : réseaux sociaux, e-réputation, animation, influence, viralité.
- Le référencement, l'e-publicité, le display.
- L'inbound marketing : les enjeux du content marketing.

Le plan marketing stratégique

- Définition d'un plan stratégique.
- La structure d'un plan marketing stratégique.

- Les objectifs stratégiques, formulation.
- Le plan d'action et le contrôle.
- La projection financière.
- La vente du plan en interne.

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.