Stratégie marketing

S'initier au Marketing Responsable

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C24MKGRSE1 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Stratégie marketing

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Appréhender les enjeux et les composantes du marketing responsable
- Acquérir des repères pour s'engager dans la démarche au regard des engagements RSE de l'entreprise
- Avoir la capacité de faire évoluer le marketing au niveau stratégique et au niveau opérationnel

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

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

Maitriser les bases du marketing stratégique et opérationnel.

Public concerné

- Responsables marketing
- Professionnels du marketing et de la communication au sens large
- Responsables en Développement Durable ou RSE

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.

Introduction au Marketing Responsable et à la RSE

- Explorer les actualités et repères clés du développement durable et de la RSE.
- Étudier les mutations économiques et nouveaux modes de consommation.
- Examiner les nouveaux modèles économiques (économie circulaire, fonctionnalité, etc.).
- Définir le rôle du marketing face aux défis de durabilité.
- Analyser les attentes clients et sociétales en marketing durable.
- Relever les chiffres clés et étudier des cas pratiques.

Adapter sa stratégie d'entreprise au marketing durable

- Transformer les erreurs en opportunités de création de valeur sociale et environnementale.
- Concevoir des produits répondant aux enjeux sociaux et environnementaux.
- Augmenter l'attractivité de la marque et les avantages industriels.
- Décrypter les attentes BtoC et BtoB en RSE.
- Innover technologiquement et socialement pour un marketing compétitif.
- Métamorphoser les contraintes durables en différenciation de marché.
- **Activité** : Workshop sur la Raison d'Être (aider chaque participant à définir ou affiner la raison d'être de leur entreprise ou marque).

Développer son positionnement

- Identifier la raison d'être et le manifeste de marque.
- Organiser pour une réactivité et anticipation accrues.
- Choisir un élément du mix marketing pour le focus.
- **Activité** :
    - Argumenter la stratégie, les objectifs et le positionnement.
    - Réviser le mix d'offres sous l'angle des enjeux sociétaux.

Réinventer son mix d'offre

- Revoir l'organisation générale (entreprise à mission, coopérative, ESS...).
- Mobiliser l'écosystème (fournisseurs, clients, partenaires...).
- Adopter l'éco-conception et gérer les externalités.

- Optimiser la production durable et les usages.
- **Activité** : Eco conception des offres : Identifier des actions pour des offres plus responsables.

Intégrer une communication durable et authentique

- Communiquer sur les enjeux sociétaux et environnementaux.
- Représenter de manière éco-responsable en communication.
- Interagir sur les réseaux sociaux avec un discours de preuve.
- Sensibiliser au green washing, purpose washing, woke washing.
- Suivre les recommandations ARPP “Développement Durable".
- Mesurer l'impact environnemental du marketing numérique.
- **Activité** : Simulation de Campagne de Communication : Analyser et discuter des campagnes pour évaluer leur impact et alignement avec le marketing responsable.

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

Modalités d’évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

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.