Stratégie marketing

Se perfectionner au Marketing Responsable

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C24MKGRSE2 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 620 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Stratégie marketing

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Remettre en question son modèle économique et repenser son modèle d'affaires en appliquant les leviers d'innovation
- Définir l'éco-conception et ses bénéfices et comprendre en quoi elle constitue un véritable levier de différenciation
- Découvrir les principes clés sur lesquels repose une Analyse de Cycle de Vie normée et dérouler ses étapes
- Étudier comment initier une démarche d'éco-conception, quels outils utiliser et sur quelles aides publiques s'appuyer

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

- Connaître les bases du marketing produits et services ou avoir fait la formation "S'initier au marketing responsable"

Public concerné

- Directeurs marketing, Dirigeants, Consultants,
- Chefs de produit, Chefs de projet,
- Tous les managers qui souhaitent piloter et porter des projets d'innovation dans une démarche durable et responsable.

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

L'intégration du Développement durable à la stratégie Marketing

- Évaluer les réflexions préalables : positionnement, image perçue, attentes des clients, perception des bénéfices.
- Définir la stratégie et le plan d'actions.
- Identifier les difficultés rencontrées : ROI, résistances au changement, compétences et outils, conflits internes et externes.

Actualiser sa démarche marketing

- Choisir entre une stratégie de transformation progressive ou de rupture.
- Générer de la valeur pour la marque et son écosystème.
- Impliquer les parties prenantes dans l'évolution de l'offre.
- **Atelier** : Réaliser le diagnostic de son positionnement produits et/ou services et des expériences clients

Repenser le Modèle Économique à travers la RSE

- Déployer les Leviers d'Innovation :
  - L'économie de la fonctionnalité et l'éco-conception
  - L'économie circulaire et régénérative
  - Les Achats Responsables et l'approvisionnement durable
  - Le Management Éthique
  - Les stratégies environnementales
  - Les Stratégies BOP (Bottom Of the Pyramid)
  - **Atelier :** Identifier les leviers RSE pour son entreprise avec l'outil Business Re-Model Canvas*

* Le Business Re-Model Canvas propose d'accompagner tout dirigeant d'entreprise dans son questionnement de l'ensemble de son modèle d'affaires en prenant en compte les notions de parties prenantes, de valeur partagée, de durabilité , de responsabilité... L'idée est que les participants

puissent créer de nouveaux modèles de « CROIS-SENS » pour favoriser un progrès plus vertueux.

Concevoir des produits et des services durables

- **L'éco-conception : un allié du marketing**
  - Apprendre et appliquer l'éco-conception.
  - Évaluer la performance environnementale via l'analyse de cycle de vie.
  - Initier une démarche d'éco-conception.
- **Étude de cas :** Mettre en œuvre la stratégie marketing par l'éco-conception des produits.
  - Les objectifs à atteindre : durabilité, innocuité, recyclabilité, biodégradabilité, empreinte environnementale réduite...
  - Les moyens à mettre en œuvre : gestion des approvisionnements et des relations fournisseurs, énergies et technologies de production, traitement des déchets, choix de packagings, charte sociale...
  - Les outils d'évaluation
- **Étude de cas :** Mettre en œuvre la stratégie marketing par l'éco-conception des services.
  - Modalités de déploiement des prestations
  - Qualité de la relation et charte sociale
  - Sensibilisation du consommateur vis-à-vis de ses propres comportements
  - Les outils d'évaluation

La valorisation des offres sous leurs aspects Développement durable

- Définir les axes de communication, argumentaires, éléments de preuve.
- Étudier un cas de communication réussie.
- Développer un plan d'optimisation de la mise en marché des offres.
- **Atelier :** Définir un plan d'optimisation de la mise en marché de ses offres.

Maîtriser les indicateurs de pilotage et de succès

- Évaluer les indicateurs économiques, l'image de marque, et autres indicateurs (empreinte écologique, bien-être...).
- Identifier les facteurs de succès.
- **Atelier :** Déterminer des indicateurs de pilotage propres à son plan d'actions.

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.