

Concevoir et mettre en place une stratégie marketing au service de la performance commerciale

Ref. [MKTST-STRA](#)

3 jours (21h00) | ★★★★★ 4,6/5 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier > Marketing > Stratégie marketing

Contenu mis à jour le 24/09/2025. Document téléchargé le 13/04/2026.

Public concerné

- Chefs d'entreprise
- Startuppers
- Directeurs marketing
- Chefs de produits
- Directeurs commerciaux
- Directeurs de la communication
- Webmasters

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux du marketing

Objectifs de formation

- Définir une stratégie marketing adaptée aux objectifs de l'entreprise
- Renforcer votre portefeuille d'activités après étude de l'environnement concurrentiel
- Arranger les segmentations marketing et stratégique avec le couple produits / marchés et le(s) DAS (Domaines d'Activité Stratégiques)
- Choisir les bons outils d'aide à la décision

Programme de votre formation



M2I START

Contextualisation du projet de formation et prise en compte des besoins de chacun

- Positionnement initial de l'apprenant par rapport aux objectifs
- Définition des priorités et des objectifs personnels de l'apprenant
- Vidéos de mise en situation
- Accès au Chat interactif myM2I pour interagir avec les membres de son groupe



Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Choix stratégiques et orientations de l'entreprise

- Cohérence
- Cadre de référence
- Indicateurs de résultats

Le diagnostic stratégique

- Comment faire un bilan de la situation de l'entreprise au sein de son environnement ?
- En déduire des implications sur l'évolution souhaitée et souhaitable de sa stratégie et de son positionnement par rapport à la concurrence

Analyse de domaine

- Métier de l'entreprise
- Marché de l'entreprise
- DAS (Domaines d'activités stratégiques)

Analyse de la concurrence

- Avantage concurrentiel
- Modèle de Porter
- Analyse des caractéristiques des concurrents

Analyse de l'environnement

- Analyse interne et externe
- Les matrices et outils d'aide à la décision (BCG, McKinsey, modèle d'Arthur D. Little, Porter...)

Choix des options fondamentales

- Segmentation stratégique
- Choix des cibles
- Choix du positionnement
- Gestion de la segmentation
- Marketing et segmentation stratégique

La définition des DAS

Les stratégies concurrentielles

- Evaluer l'environnement concurrentiel
- Stratégies génériques de Porter, domination par les coûts, différenciation, segmentation
- Stratégie de croissance (croissance intensive, croissance intégrative, croissance de diversification)
- Les apports de Kotler (leader, challenger, suiveur, spécialiste)

Positionnement et création de valeur

- Positionnement et valeur de la marque
 - Notions de compétence distinctive
 - Image de marque
 - Valeur client
- Valeur perçue, valeur souhaitée
- Les scénarios et les projets vers les plans opérationnels

Mise en place d'un plan marketing (marketing opérationnel)

- Les différents niveaux et étapes du plan
- Analyse des différents "P"
 - Produit
 - Prix
 - Place
 - Promotion
 - Participation du client
 - Passion
 - Process...
- Comment inclure le digital dans votre stratégie ?
- Le e-marketing : un nouveau canal de distribution et de communication

Synthèse de la session

- Exercices et études de cas, individuels et collectifs
- Réflexion et observation sur les enjeux et les applications concrètes que chaque stagiaire peut mettre en place dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur, QCM final pour réviser et valider les acquis



M2I BOOST

Réactivation et approfondissement des acquis en situation de travail.

- 30 jours d'accompagnement personnalisé sur myM2i inclus ²
- Ressources Boosters (Abonnement au M2I'Mag Soft Skills, formations offertes, invitations aux conférences d'actualité...)

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

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 :

Pédagogie participative mettant l'apprenant au cœur de l'apprentissage. Utilisation de techniques ludo-pédagogiques pour une meilleure appropriation. Ancrage facilité par une évaluation continue des connaissances au moyen d'outils digitaux et/ou de cas pratiques

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme

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.

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

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 Politique Handicap.

Modalités et délais d'accès à la formation

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.

1. Les actions et les outils présentés dans ce programme le sont à titre indicatif et peuvent faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants. Les compétences clés de ce programme sont traitées à raison d'une compétence par demi-journée de formation.
2. Sur myM2I, pendant 30 jours post-fin de formation, les apprenants disposent d'une messagerie sécurisée pour échanger, dans la limite de 4 sollicitations, avec leur formateur.

Scannez ce code pour consulter le programme en ligne et vous inscrire

