



Stratégie marketing

## Les fondamentaux du marketing pour le commerce

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

Formations Compétences Métier › Marketing › Stratégie marketing

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 23/05/2024.

### Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Décrire les principaux concepts et bien analyser les enjeux du marketing et le rôle de ce dernier dans l'entreprise
- Intégrer la démarche marketing dans la stratégie de performance de l'entreprise
- Analyser le fonctionnement, le langage et les outils du marketing.

### Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel\* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode\*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

\* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

\*\* ratio variable selon le cours suivi

### Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## Public concerné

Directeurs marketing junior, chefs de produit, directeurs commerciaux, commerciaux, acheteurs.

## 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

## Introduction

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

## Histoire du marketing

- C'est quoi le marketing ?
- Ses objectifs ?
- La place du marketing dans l'entreprise
- L'évolution du marketing avec la révolution digitale
- Histoire de la géolocalisation
- Les règles d'or aujourd'hui :
  - Omniscience
  - Ubiquité
  - Omnipotence du consommateur
- Quelles sont les démarches marketing stratégiques ?
- Segmentation
- Système d'information marketing
- Cibler et définir sa stratégie
- Le positionnement...
- Les études de marché qualitatives et quantitatives
- Le marketing opérationnel

## Définir le concept marketing de produits ou services

- Souligner les caractéristiques des services
- Présenter les classifications des produits et services
- Décrire le cycle de vie et la succession d'étapes de vie d'un produit ou d'un service

## Découvrir, comprendre et pratiquer la démarche du marketing

- Approche globale
- Etude des marchés concurrents
- Nouveaux entrants
- Qualités produits / services

## **Facteurs explicatifs du comportement des consommateurs, recueil des infos via l'analyse d'un diagnostic et l'apprentissage des principales matrices**

- Ansoff
- BCG
- 5 + 1
- Forces de Porter
- Chaîne de valeurs
- ADL (Arthur D. Little)
- McKinsey
- PESTEL (Politique, Economique, Sociologique, Technologique, Ecologique, Légal)

## **Apprentissage de la stratégie marketing**

### **Approche d'une stratégie et d'une problématique**

- Etude du marché externe
- Les barrières à l'entrée
- Les facteurs clés de succès...

### **Etude du marché interne**

- Elaboration d'un SWOT
  - Les forces
  - Les faiblesses
  - Les opportunités
  - Les menaces de l'entreprise en interne et en externe

### **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

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 mises en situation contextualisées évaluées
- 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. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et 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 11 jours ouvrés.