

Marketing - Les fondamentaux

Organisation

Mode d'organisation : Présentiel ou distanciel

Durée : 3 jour(s) · 21 heures

Contenu pédagogique



Type

Action de formation



Public visé

Toute personne en charge du marketing n'ayant pas ou peu de notions
Cette formation est accessible aux publics en situation de handicap et aux personnes à mobilité réduite. Des aménagements peuvent être prévus en fonction des profils. Nous contacter pour plus d'information.



Prérequis

Pas de prérequis spécifiques



Objectifs pédagogiques

Définir les principaux concepts afin de mieux comprendre les enjeux du marketing et les marketeurs

Comprendre l'importance du marketing dans l'entreprise

Intégrer la démarche marketing au quotidien



Description

Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

Définition du marketing

- Définition du marketing
- Place de la fonction dans l'entreprise
- Nouveaux concepts : trade marketing, category management, veille marketing ...
- Différents types de marketing : direct, opérationnel, stratégique, business plan
- Démarche marketing

Connaître l'offre et la demande

- Comportements et motivations du consommateur
- Analyse de l'environnement : menaces et opportunités
- Outils d'analyse : qualitatives, quantitatives, panels, satisfaction ...

Stratégie marketing

- Stratégie de marque ou de produit
- Marché de masse ou les segments de marché
- Choix des couples produit/marché



- Segmentation et le ciblage marketing
- Positionnement du produit

Gestion de votre portefeuille

- 4 P
 - Produit : sa durée de vie, la marque, la gamme
 - Prix : seuil de rentabilité, prix psychologique
 - Place : le circuit de distribution
 - Promotion : publicité, promotion des ventes, e-marketing
- Apports du mix marketing
- Cohérence du portefeuille à long terme

Construction d'un plan marketing

- Apports du marketing direct : outils, bases de données et fichier clients
- Plan opérationnel annuel et le PAC (Plan d'Actions Commerciales)
- Plans d'actions/client
- Les tableaux de bord
- SIM (Système d'Information Marketing)
- Compte d'exploitation prévisionnel
- Cibles

Bilan, évaluation et synthèse



Modalités pédagogiques

Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur – Travail d'échange avec les participants sous forme de discussion – Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle – Exercices pratiques (études de cas, jeux de rôle, questionnaires, quiz, mises en situation, ...) sont proposés pour vérifier le niveau de compréhension et d'intégration du contenu pédagogique – Remise d'un support de cours complet pour référence ultérieure



Moyens et supports pédagogiques

Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation. Chaque participant disposera d'un ordinateur (si besoin), d'un support de cours, d'un bloc-notes et d'un stylo. La formation se déroulera avec l'appui d'un vidéoprojecteur et d'un tableau blanc.



Modalités d'évaluation

Avant la formation :

Nous mettons en place une évaluation de chaque participant via un questionnaire d'évaluation des besoins et de niveau.

Un audit complémentaire peut-être proposé pour parfaire cette évaluation

Pendant la formation :

Des exercices pratiques (études de cas, jeux de rôle, questionnaires, quiz, mises en situation, ...) sont proposés pour vérifier le niveau de compréhension et d'intégration du contenu pédagogique.

À la fin de la formation :

Le participant auto-évalue son niveau d'atteinte des objectifs de la formation qu'il vient de suivre.

Le formateur remplit une synthèse dans laquelle il indique le niveau d'acquisition pour chaque

apprenant : « connaissances maîtrisées, en cours d'acquisition ou non acquises ». Il évalue ce niveau en se basant sur les exercices et tests réalisés tout au long de la formation.

Le participant remplit également un questionnaire de satisfaction dans lequel il évalue la qualité de la session.

À la demande du stagiaire, le niveau peut aussi être évalué par le passage d'une certification TOSA pour les outils bureautiques, CLOE pour les langues.



Modalités de suivi

Emargement réalisé par 1/2 journée – Certificat de réalisation remis à l'employeur à l'issue de la formation – Assistance par téléphone et messagerie – Support de cours remis à chaque participant à l'issue de sa formation – Suivi de la progression 2 mois après la formation