



Fondamentaux et bases du marketing

1 JOUR
7 HEURES

Formation Fondamentaux et bases du marketing à Clermont-Ferrand, Auvergne.

OBJECTIFS

Comprendre le rôle du Marketing et les enjeux pour l'entreprise

S'approprier la démarche Marketing pour être en capacité d'élaborer une stratégie marketing au sein de son entreprise

Réaliser un plan Marketing et développer des outils de pilotage et de contrôle

PARTICIPANTS

Chef de produit

Ingénieur

Toute personne souhaitant contribuer à développer sa stratégie marketing

PREREQUIS

Pas de prérequis

MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques

Exercices de réflexion

Cas pratiques

Analyse et Débriefing

VALIDATION DES ACQUIS

Exercices de mise en application tout au long de la formation, questionnaire d'évaluation fin de formation

PROGRAMME

LE MARKETING : ROLE, FONCTION ET EVOLUTIONS

- ✿ Rôle du marketing dans l'entreprise.
- ✿ Fonctions du marketing.
- ✿ Le Webmarketing

LE DIAGNOSTIC MARKETING

- ✿ L'étude de marché.
- ✿ La matrice et l'analyse du SWOT.
- ✿ L'analyse de vulnérabilité





LA STRATEGIE MARKETING

- * Segmentation.
- * Ciblage.
- * Positionnement.
- * Modèle d'analyse stratégique

LE MIX-MARKETING

- * Définition du Mix-Marketing.
- * Le cycle de vie du produit / Service.
- * Le produit / Service global.
- * Le Marketing multicanal

LE PLAN MARKETING

- * La fixation des objectifs.
- * L'élaboration du plan marketing.
- * Les outils de pilotage et de contrôle

TARIF

Sur mesure

