

DEFINIR UNE STRATEGIE MARKETING GAGNANTE - 1 jour -

Ref : MARK-DEF1

Page 1/3

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Définir le marketing
- . Analyser son marché et son environnement
- . Construire sa stratégie marketing
- . Elaborer son marketing mix

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tous chefs d'entreprise, salariés ou porteurs de projet désirant structurer leur démarche commerciale.

PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Un entretien préalable sera effectué pour valider la viabilité du projet. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.. Matériel requis : un ordinateur portable

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 2 sessions pour une durée totale de 7 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de FERNANDES-COZ Ghislaine, dont l'organisme de formation répond à la norme de Qualité Qualiopi.

SUIVI ET EVALUATION

A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours. Une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation sera réalisée.. Le suivi concernant la mise en pratique des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de la formation. L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz et d'exercices pratiques ou de contrôle continu.

OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).

**DATES ET LIEU DE FORMATION :**

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 7 heures



Groupe : de 1 à 8 personnes

**CONTACT**

FERNANDES-COZ Ghislaine

ghislaine.coz@gmail.com

06 62 49 23 71

Service administratif

contact@formagest.fr

DEFINIR UNE STRATEGIE MARKETING GAGNANTE - 1 jour -

Ref : MARK-DEF1

Page 2/3

CONTENU DE LA FORMATION**A DÉFINIR LE MARKETING**

Identifier les enjeux du marketing
S'approprier la démarche marketing

B ANALYSER SON MARCHÉ ET SON ENVIRONNEMENT

Identifier les critères d'analyse à prendre en compte
Construire un diagnostic Marketing (SWOT)

C CONSTUIRE SA STRATÉGIE MARKETING

Définir sa Cible et ses Marchés prioritaires
Rédiger son Positionnement Marketing

D ELABORER SON MARKETING MIX

Définir son offre Produit et son offre Prix
Définir ses moyens de Communications et de Distribution