

# LES CLÉS DU MARKETING

## Maîtriser les fondamentaux du marketing

Le marketing intègre les besoins et les attentes du client pour proposer une approche de qualité et une valeur ajoutée différenciante. Le marketing doit ainsi imprégner toutes les fonctions de l'entreprise.

### FORMATIONS COURTES

#### INITIATION

BEST-OF

DIST.

Ref. : C19CLEMK

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1435 € HT

Repas inclus

Code  
Dokelio : AF\_0000024646

### OBJECTIFS

- Évaluer les enjeux et la place du marketing dans la stratégie globale de l'entreprise.
- Comprendre les grandes tendances du digital et son importance dans le plan marketing.
- Intégrer la démarche, le fonctionnement, le langage et les outils du marketing.

### EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

### POUR QUI ?

Tous les collaborateurs de l'entreprise, appartenant ou non à des structures marketing.

### PRÉREQUIS

Aucun

### COMPÉTENCES ACQUISES

Déployer les fondamentaux de la démarche marketing.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quizz amont  
Modules vidéos  
Présentiel  
E-quizz aval

### PROGRAMME

Les clés du marketing

#### Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Quelles sont les étapes d'un plan marketing ?
- Qu'est-ce qu'un marketing mix ?
- À quoi sert le marketing ? Interview de Bruno Dachary

#### S'approprier les principes de la démarche marketing

- Appréhender les champs d'application du marketing : BtoC, BtoB, services, industriel...
- Analyser les extensions du marketing et leur coordination : marketing d'études, marketing stratégique, marketing opérationnel...
- Saisir la logique, la démarche marketing et ses étapes : marché, segmentation, positionnement, cible...
- Orientation client, promotion de valeur... : adopter l'état d'esprit marketing.
- Omnicanal, social marketing, référencement, trafic management... : enrichir sa culture marketing digital.
- Analyser l'organisation marketing et son rôle dans l'entreprise pour optimiser les relations avec les autres fonctions.

#### Faire son diagnostic marketing

- Évaluer ses forces et faiblesses pour déterminer ses atouts et limites.
- Identifier ses concurrents : les 5+1 forces de Porter et le benchmark.

- Processus d'achat BtoC, circuits de décision BtoB : percer les besoins et attentes de ses consommateurs.
- Déchiffrer son environnement grâce au modèle PESTEL.
- Formaliser son diagnostic avec l'analyse SWOT.

### Définir sa stratégie marketing

- Segmenter pour mieux cibler : méthodes et bonnes pratiques.
- Formuler le besoin de ses cibles grâce aux insights client.
- Identification et différenciation : définir son positionnement.
- Fixer des objectifs opérationnels SMART.
- Atelier : bâtir sa stratégie marketing avec la matrice BCG.

### Construire un mix marketing performant : les 7P

- Produit : formaliser ce qui différencie son produit.
- Prix : déterminer une grille tarifaire cohérente et performante.
- Promotion : concevoir et animer une politique de communication 360° omnicanale.
- Place : optimiser sa politique de distribution et fluidifier la synergie marketing/vente.
- Personnel : établir une carte d'empathie pour mieux connaître ses clients et travailler son expérience client.
- Processus : faciliter et accélérer le cycle de vie du client.
- Preuve : convaincre ses clients de sa légitimité.

### Rédiger son plan marketing et le piloter

- Fixer les actions à accomplir et déterminer le budget afférent pour élaborer son business plan.
- Décliner son plan marketing en plan opérationnel annuel et plan d'action commercial : conseils et bonnes pratiques.
- Indicateurs clés, tableaux de bord... : contrôler l'application du plan marketing et l'atteinte des objectifs.

## INTERVENANTS

Michel DUCAMUS  
Consultant  
Michel Ducamus Conseil

Céline RAULT-JOUZEAU  
CRJ CONSEIL

Anne Catherine OUVRARD  
Anne-Catherine OUVRARD

## MODALITÉS 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 :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

## LIEUX ET DATES

À distance

29 et 30 juin 2023

