

LES BASES DU MARKETING

Durée de la formation :

5 jours en 2+2+1 soit 35 heures en formation

Horaires de formation :

08h45 - 12h30 / 13h45 – 17h00

Pré-requis :

Approche commerciale, culture économique minimale

Objectifs :

Aborder la fonction marketing

Cours suivant :

Stratégie marketing et commerciale B to B avec les réseaux sociaux

Génération de valeurs

Génération de prospects

Intégration des RS dans la stratégie commerciale globale

Les Fondements du marketing

- Satisfaire la demande et anticiper les opportunités du marché.
- Maîtriser les différents types de marketing (opérationnel, stratégique, relationnel) et les spécificités selon les secteurs d'activité.
- Connaître le langage du marketing.
- Identifier les nouveaux outils du marketing digital.

La démarche marketing

- Le SWOT : analyse de l'environnement (menaces et opportunités) et diagnostic interne (forces et faiblesses).
- Objectifs et stratégie générale.
- Choix des couples produits/marchés.
- Segmentation, ciblage et positionnement.
- Plan d'entreprise et plan marketing.
- Action commerciale et force de vente, suivi et contrôle des objectifs et des moyens.

L'élaboration du plan marketing

- L'analyse du marché et de la concurrence : les outils de veille et le benchmarking.
- La fixation des objectifs par marché.
- Les 5P, la construction du marketing mix : choix et équilibre des politiques de produit, prix, distribution et communication.
- Les 5 C,
- L'élaboration du plan d'action
- Le plan opérationnel annuel
- Le suivi et le contrôle

Les Relations avec les prestataires

- Les types d'entreprises prestataires du marché : publicité, médias, supports, conseil, communication
- Les habitudes des marchés
- Les acteurs numériques et le Net
- Les réseaux sociaux dans le marketing

Une formation destinée à tous ceux qui souhaitent aborder la fonction marketing et les outils de base.

Pour vous inscrire

Tel : 04 78 14 19 19

Email : amra.info@atoutmajeur-ra.com

Renseignement et planning des formations :

www.atoutmajeur.com