



Mise à jour nov. 2023

# Marketing - Les fondamentaux

Nantes / Rennes : 1575 € HT

Brest / Le Mans : 1575 € HT

Certification : NON

**Durée** 3 jours (21 heures)

« Délai d'accès maximum 1 mois »

## OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- 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

## PARTICIPANTS

- Toute personne en charge du marketing n'ayant pas ou peu de notions

## PRE-REQUIS

- Pas de prérequis spécifique

## MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Remise d'un support de cours.

## MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles,
- Sanction finale : Certificat de réalisation, certification éligible au RS selon l'obtention du résultat par le stagiaire

## MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard. Nous préconisons 8 personnes maximum par action de formation en présentiel

## MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES EN CAS DE FORMATION DISTANCIELLE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation uniquement synchrone en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprise comme en Intra-Entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, labs) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré. Nous préconisons 4 personnes maximum par action de formation en classe à distance

## ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

## PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.

## A L'ATTENTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

## Programme de formation

### Présentation de la formation, des participants et de leurs

#### attentes spécifiques (01h00)

### Définition du marketing (03h45)

- 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 (02h45)

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

### Stratégie marketing (04h45)

- 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 (02h45)

- 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 (06h30)

- 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 (00h00)