

Durée : 2 jours.

Public :

Toute personne en charge du marketing Dernière MAJ : Avril 2024

Objectifs :

S'initier à la démarche marketing, à ses outils et à leur mise en pratique

Pré-requis :

Aucun

Méthodes :

Etude de cas et jeux de rôle. Echanges entre les participants et des retours d'expériences autour des bonnes pratiques.

Evaluation :

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Dernière MAJ : Avril 2024

L'approche marketing

Les différents types de marketing

Les étapes clés : maîtriser la démarche marketing

La concurrence

Analyser un marché et/ ou un environnement

Organiser la veille concurrentielle : les informations du terrain

Suivre l'évolution du paysage

Evaluer ses parts de marché

Anticiper les évolutions possibles

Se différencier pour exister

L'identité du produit / du bien

L'identité de l'entreprise

Son positionnement

Les outils de communication pour être identifié

Analyse SWOT

Comment optimiser son marketing : les 4 P

Le plan média

Bâtir un plan de communication : identifier les bons outils de communication, définir des objectifs, maîtriser les enjeux de chaque communication

L'impact des nouvelles technologies, des réseaux sociaux

Le e-marketing : découvrir les clés et les outils du e-marketing

Comment utiliser ces nouveaux outils pour communiquer

Evaluer les retours et chiffrer les résultats

Modalités d'accès : Adeos valide avec le candidat, qu'il possède bien les compétences et les prérequis nécessaires au suivi de la formation.

Délais d'accès : Nous contacter.

Accessibilité aux personnes handicapées : Nos locaux sont aux normes d'accueil pour les PMR, pour les autres handicapés nous contacter afin de pouvoir adapter la formation ou bien vous orienter vers un organisme partenaire.