

La démarche marketing

Marketing pour non marketeurs

Ce que vous apprendrez

Marketing stratégique, mix marketing, plan marketing, trade marketing... Autant de terminologies qui peuvent sembler hermétiques à celui qui n'est pas un professionnel de la fonction. Mettre le client au cœur de la stratégie, optimiser la création de valeur, gagner en compétitivité : tels sont les fondamentaux de la démarche marketing. Cette solution vise à développer une culture marketing au sein de l'entreprise.

Objectifs

- Comprendre le rôle et la fonction marketing
- Intégrer les concepts fondamentaux de la démarche marketing
- Travailler en bonne intelligence avec le service marketing

Pour qui ?

Dirigeants, managers, chefs de projet souhaitant acquérir une vue générale sur la démarche marketing.
Managers commerciaux, ingénieurs d'affaires et comptes clés qui travaillent avec les services marketing.

Points clés

- Le marketing pourquoi ? comment ?
- Les différents types de stratégie marketing
- L'orientation client
- Les domaines d'activité stratégiques : DAS
- Formuler une stratégie marketing
- Le plan marketing stratégique
- Le plan marketing opérationnel
- La politique de produits
- La politique de prix
- La distribution de l'offre
- Marketing et communication externe



Formation présentielle

Durée conseillée

2 jours

Les pédagogies

- **Approche synthétique et pragmatique**
- **Des apports conceptuels** qui donnent des repères pour dialoguer avec les services marketing
- **De nombreux exemples** pour illustrer les concepts