



# Trade marketing

Construire une relation privilégiée avec ses distributeurs

## Ce que vous apprendrez

A la croisée des chemins du marketing et du commercial, le trade marketeur définit la stratégie marketing dédiée aux enseignes, organise les opérations répondant aux demandes des différentes enseignes, participe aux négociations avec les centrales nationales, adapte les produits et le packaging à leurs attentes. Il assure l'interface entre les services marketing et commercial, la production, le département de recherche et développement et la logistique.

Cette solution vous apporte les clés pour construire une relation privilégiée avec vos distributeurs.

## Objectif

- Comprendre les clés du trade marketing industriel enseigne
- Définir et mettre en œuvre les actions de trade marketing

## Pour qui ?

Responsables trade marketing, responsables marketing opérationnel, responsables merchandising, category managers, comptes clés, directeurs des ventes

## Points clés

- Le trade marketing pour quoi faire ?
- Rôles et missions des responsables trade marketing
- Définir et mettre en œuvre les opérations du trade marketing :
  - Structurer son projet budgétaire, son planning et ses offres
  - Echanger les informations
  - Définir les différents types de trade marketing
- Assurer le retour sur investissement des opérations
  - Exploiter les informations
  - Mesurer l'efficacité des opérations : calculer le ROI



## Formation présentielle

*Durée conseillée*

*2 jours*

## Les pédagogies

- **Des outils** : cette solution vous apporte des outils directement utilisables pour mettre en œuvre vos opérations de trade marketing.
- **Des exemples** : présentation des réalisations marquantes sur le marché.
- **Pédagogie variée** : alternance d'apports méthodologiques et de mises en pratique.



Contact : 01 46 84 84 85

Code solution : 684

**Commercial et Marketing**

Marketing et marketing opérationnel

CM **32**