
Programme de Formation

Marketing : comprendre les bases et passer à l'action

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique



Public visé

Professionnels souhaitant acquérir les bases du marketing pour contribuer efficacement à la stratégie et aux actions commerciales de leur organisation.



Objectifs pédagogiques

- Expliquer le rôle du marketing dans la création de valeur pour l'entreprise et ses parties prenantes.
- Identifier les leviers marketing adaptés aux attentes clients et aux enjeux actuels (RSE, IA, digital).
- Participer à l'élaboration d'un plan marketing cohérent et orienté client.
- Utiliser des outils simples pour contribuer efficacement à une stratégie marketing transversale.
- Imaginer des actions marketing innovantes, durables et alignées avec les objectifs de l'organisation.



Description

Jour 1

Matin : Les bases du marketing et les enjeux actuels

Les grandes étapes du processus marketing.

Création de valeur : client, économique, sociétale.

Exemples d'entreprises à forte culture marketing.

Nouveaux comportements et attentes des consommateurs.

Enjeux de responsabilité sociétale et environnementale.

Apports des nouvelles technologies : IA, automatisation, data marketing.

Après-midi : Diagnostic et stratégie marketing

Définir les étapes d'un diagnostic structuré.

Identifier les sources d'information : veille, étude, analyse de données.

Utiliser la matrice SWOT pour analyser les forces, faiblesses, opportunités et menaces.

Segmenter son marché et choisir ses cibles.

Identifier ses éléments différenciateurs pour mieux se démarquer de la concurrence.

Formuler un positionnement clair, cohérent et aligné avec les attentes de sa cible.

Jour 2

Matin : Déployer une communication cohérente et centrée client

Articuler une stratégie de communication omnicanale.

Intégrer les 6P et les 4C dans sa réflexion marketing.

Structurer un plan de communication clair et mesurable.
Exploiter l'IA générative pour enrichir les contenus marketing.

Après-midi : Mettre en œuvre et contribuer au plan marketing

Rôle et responsabilités dans un plan marketing.
Choisir les bons outils de suivi et d'analyse.
Travailler en transversalité avec les autres métiers.
Être force de proposition dans les projets marketing.
Cultiver un état d'esprit orienté client et performance durable.



Prérequis

Aucun



Modalités pédagogiques

- Notre approche pédagogique repose sur une alternance entre apports théoriques opérationnels et mises en pratique directement issues du contexte professionnel des participants.
- Chaque thème traité s'appuie sur des études de cas concrets et des exercices pratiques, conçus spécifiquement à partir des situations réelles rencontrées dans l'environnement professionnel des stagiaires.
- Nos méthodes favorisent l'adaptation aux besoins de chaque participant afin d'optimiser leur engagement et leur apprentissage.
- L'animation privilégie une pédagogie active, favorisant les échanges, l'analyse réflexive des pratiques et une adaptation continue aux réalités professionnelles des participants.



Moyens et supports pédagogiques

- Des supports pédagogiques numériques adaptés au contexte professionnel sont remis aux participants.
- Dispositifs pédagogiques variés sont mobilisés tout au long de la formation (études de cas, exercices pratiques, travaux en sous-groupes, mises en situation, jeux pédagogiques) favorisant l'apprentissage actif, collaboratif et l'appropriation des contenus.



Modalités d'évaluation et de suivi

- Un QCM est réalisé en début et en fin de formation afin d'évaluer l'évolution des connaissances.
- Le suivi des stagiaires est assuré tout au long de la formation à travers des ateliers pratiques, des mises en situation et des échanges permettant d'évaluer leur participation et leur progression.

Une attestation individuelle de formation sera remise à chaque participant à l'issue de la formation.



Informations sur l'accessibilité

Si vous êtes en situation de handicap, ou si vous rencontrez une difficulté pouvant impacter votre participation à la formation, n'hésitez pas à nous contacter. Nous étudierons ensemble les aménagements ou adaptations pédagogiques, matérielles ou organisationnelles à mettre en place pour vous accompagner dans les meilleures conditions.