

ELABORER SE STRATÉGIE MARKETING ET COMMERCIALE

MSC01



STATUTS

Dirigeant, Employé, Cadre et agent de maîtrise, Demandeur d'emploi, Tout public

PRÉREQUIS

La formation ne nécessite aucun pré-requis

DURÉE

3 jours, soit 21 heures

PUBLIC

Tout public

TARIF

1260 €

CERTIFICATIONS

Une attestation de stage est systématiquement remise à l'issue de la formation conformément aux dispositions réglementaires.

PROCHAINE(S) SESSION(S) :

2024

Besançon	Nous consulter
----------	----------------

CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE

S'approprier les étapes de la construction d'un plan marketing stratégique.
Elaborer un plan marketing stratégique et le décliner en plan d'actions commerciales

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre la démarche marketing stratégique
Intégrer dans sa réflexion les outils marketing opérationnels
Construire son plan d'actions commerciales
Piloter et évaluer ses actions commerciales

PROGRAMME

Comprendre et analyser la démarche marketing stratégique

Prendre en compte les objectifs de l'entreprise : activités, résultats, ressources, organisation...

Appréhender le diagnostic interne : forces /faiblesses.

Faire l'état des lieux de sa concurrence : matrice de Porter.

Appréhender son marché et ses opportunités : PESTEL, SWOT.

Réaliser la segmentation de sa clientèle pour identifier ses cibles.

Clarifier ou faire évoluer le positionnement concurrentiel.

Déterminer son positionnement stratégique

Déterminer ses couples produits/clients.

Définir ses objectifs marketing, son positionnement et sa stratégie de marque

Décliner la stratégie marketing en priorités d'actions commerciales

Construire son portefeuille produits/segments pour répondre aux attentes clients.

Analyser son portefeuille clients et son portefeuille produits.

Traduire les objectifs stratégiques marketing en objectifs commerciaux quantitatifs et qualitatifs.

Concevoir, mettre en œuvre et suivre un plan d'action opérationnel

Décrypter les étapes clés pour construire un plan marketing opérationnel performant.

Élaborer un mix marketing performant et l'intégrer dans sans son plan marketing : les 7P

Quantifier ses actions pour établir le budget marketing adapté.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Mise en situation collective, en sous-groupe

Echanges d'expériences

Apports théoriques

Présentation dynamique et ludique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM ou étude de cas/mise en situation

Rejoignez-nous et suivez-nous sur :



BESANÇON

46, avenue Villarceau

25000 Besançon

Tél. : 03 81 25 26 06

BELFORT

1, rue du Docteur Fréry

90000 Belfort

Tél. : 03 84 54 54 84

VESOUL

1, rue Victor Dollé

70000 Vesoul

Tél. : 03 84 96 71 08

LONS-LE-SAUNIER

87, Place de la Comédie

39000 Lons-le-Saunier

Tél. : 03 84 86 42 07

Pour toute demande d'informations : contact@sifco.eu