



PROGRAMME DE FORMATION

Élaborer une stratégie marketing efficace

Durée

3 jours (21 heures)

Public

Toute personne souhaitant structurer et piloter une stratégie marketing adaptée à son activité.

Prérequis

Connaissances de base en informatique et navigation Internet.

Modalité

Intra-entreprise – Présentiel

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux du marketing
- Analyser son marché et son positionnement
- Définir des objectifs marketing clairs
- Identifier et cibler son audience
- Construire une stratégie marketing cohérente et efficace



Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques et démonstrations
- Études de cas concrets
- Ateliers pratiques
- Mises en situation professionnelles
- Accompagnement individualisé

Moyens pédagogiques

- Ordinateurs individuels
- Accès Internet
- Support de formation remis aux participants
- Vidéoprojecteur
- Outils d'analyse marketing

Modalités d'évaluation

- Évaluation des acquis en début et fin de formation
- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Élaboration d'une stratégie marketing
- Mise en situation finale
- Questionnaire de satisfaction



Programme détaillé

Jour 1 : Analyse du marché et positionnement

Introduction au marketing

- Définition et enjeux
- Les bases du marketing moderne

Analyse du marché

- Étude de la concurrence
- Identification des opportunités

Positionnement

- Définir son offre
- Se différencier



Jour 2 : Ciblage et construction de la stratégie

Définir sa cible

- Segmentation
- Création de personas

Objectifs marketing

- Fixer des objectifs SMART
- Prioriser ses actions

Choix des canaux

- Digital et offline
- Cohérence des actions



Jour 3 : Plan d'action et pilotage

Plan marketing

- Construction d'un plan d'action
- Calendrier marketing

Mise en œuvre

- Organisation des actions
- Coordination des outils

Suivi des performances

- Indicateurs clés (KPI)
- Ajustements et optimisation