

Parcours marketing

Pour qui :

Toute personne souhaitant développer ses compétences en marketing

Enjeu :

Réussir sa démarche de marketing

Prérequis :

Ce parcours est ouvert à toute personne motivée et engagée

Objectifs :

Être capable d'utiliser les outils

Être capable d'appréhender les différents publics

Être capable d'acquérir les connaissances fondamentales de la stratégie commerciale

Être capable de situer le marketing dans l'entreprise

Être capable de piloter son marketing en lien avec ses consommateurs

Être capable d'anticiper les évolutions

Parcours Marketing					
Thématiques	Thématiques2	Thématiques3	Thématiques4	Thématiques5	Thématiques6
Les différents niveaux de marketing	Appréhender les différents publics	Trilogie besoin, marché, produit	Comprendre la démarche marketing	Traiter les objections avec méthodes	Les systèmes d'informations
Assurer le relai interne	Les comportements des consommateurs	Les différentes études	Le positionnement	La segmentation	La veille concurrentielle
Le benchmarking	Le marketing mix Les 4P	CRM	Construire son plan Marketing	Développer son marketing relationnel	Construire son plan d'actions commerciales
Anticiper les évolutions du marketing commerciale	Décliner sa stratégie	Quelles sont les tendances ?	La promesse	Les cibles	Visualiser les nouveaux concepts
Développer une vision globale	Le marketing mix élargi	Mieux connaître ses clients	La promesse	Nouveaux médias	Nouvelles relations

La valeur ajoutée :

La démarche propose une approche interactive dans le respect de chacun.

La démarche alterne apports théoriques et exercices pratiques.

La démarche vous permet de répondre à vos questions.

Un accompagnement asynchrone est réalisé sur le site.

Un expert vous accompagne dans votre progression.

Cette formation se déroule en 30 ateliers d'une heure