

# STRATÉGIE MARKETING

## PROGRAMME

### A- LES FONDAMENTAUX DU MARKETING

- Les principales stratégies génériques
- Le marketing mix et le positionnement

### B- FAIRE LE DIAGNOSTIC DE SON ENTREPRISE

#### 1. *Le travail préparatoire au diagnostic*

- Mieux connaître le marché concurrentiel
- Analyser la demande
- Positionnement de mon offre

#### 2. *L'analyse externe*

- Analyser les opportunités et les menaces du marché de l'entreprise
- Dégager ses avantages concurrentiels

#### 3. *L'analyse interne*

- Analyse des forces et faiblesses de l'entreprise
- Déceler ses avantages concurrentiels

### C- LES CHOIX STRATEGIQUES

#### 1. *Les options stratégiques de développement commercial*

- Matrice d'aide à la décision

#### 2. *Recomposer une offre adaptée à chaque cible avec le marketing mix*

### D- METTRE EN ŒUVRE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

- Définir ou consolider les objectifs et les priorités de l'entreprise
- Elaborer son plan marketing stratégique

### E- ELABORER SON PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

- Définir les objectifs commerciaux
- Définir les actions à entreprendre
- Planification des actions
- Contrôle des actions prévues/réalisées et écarts constatés

**\*En option :** une demi-journée pourra être prévue en face à face afin d'accompagner l'entreprise dans ses choix, et mettre en place un plan d'actions sur-mesure.

Réf. EVT002

#### Public

Toute personne en charge du développement commercial

#### Pré-requis

Etre en charge de la compétence marketing

#### Résultats attendus

Définir sa stratégie marketing pour être plus performant commercialement

#### Objectifs pédagogiques

Donner aux chefs d'entreprise et managers la méthodologie et les outils permettant de mettre en place une véritable stratégie marketing.

Comprendre le rôle du marketing dans l'entreprise et ses interactions avec les autres fonctions.

Construire et mettre en œuvre un plan marketing et les actions opérationnelles en découlant.

#### Méthodes pédagogiques

A chaque étape, le formateur travaillera concrètement avec les membres de l'équipe à la réflexion et la définition des axes de développement.

Alternance de notions théoriques et de mise en pratique immédiate.

#### Durée

2 jours soit 14 heures

**\*option :** 4 heures en face à face dans l'entreprise

#### Nature de la sanction

Attestation de fin de formation

#### Calendrier 2019

AGEN :

- 4-10 juillet

#### Tarif

600 € HT

**\*option :** 500€ HT

#### Intervenant

Philippe ROBERT

#### Contacts

AGEN – 05.53.48.48.50

MARMANDE – 05.53.84.82.82