

LES CLES DU MARKETING POUR DEVELOPPER SON ACTIVITE

 **PUBLIC** : collaborateurs et élus

 **PRÉREQUIS** : aucun

 **DUREE** : 2 jours (14h)

MODALITES : présentiel ou distanciel

 **TARIF** :

Inter = 620€ par apprenant

Intra = devis sur demande

LES OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES



- ✓ Identifier les enjeux du marketing dans la stratégie de développement de son entreprise.
- ✓ Comprendre les étapes du marketing stratégique pour introduire le marketing opérationnel (mix-marketing).
- ✓ Comprendre les principes fondamentaux de la communication en marketing.
- ✓ Détecter les principaux leviers de communication.
- ✓ Mesurer l'impact de ses actions marketing.

LE PROGRAMME

JOUR 1

PARTIE 1 - MARKETING STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL

1. Définition du marketing stratégique
2. Les étapes du marketing stratégique en B2B et B2C

PARTIE 2 - LE MIX MARKETING ET SES MULTIPLES ÉVOLUTIONS

3. Le mix-marketing ou marketing opérationnel
4. Les leviers du marketing opérationnel (les 4 P)
5. Les évolutions du mix-marketing

JOUR 2

PARTIE 3 - MARKETING ET COMMUNICATION

1. Les principes fondamentaux de la communication marketing
2. Le marketing et la communication

PARTIE 4 - MESURER L'IMPACT DE SES ACTIONS MARKETING

3. Comprendre l'enjeu et les objectifs de ses actions marketing
4. Définir ses indicateurs clés de performance (KPI) et mesurer son retour sur investissement (ROI)

LES + PÉDAGOGIQUES

- Formateur expérimenté
- Entraînement et cas pratiques
- Progression individualisée

ÉVALUATION

- Auto-positionnement pré et post formation
- Evaluation de la formation à chaud et à froid, en ligne

Pour toute question concernant la participation de personnes en situation de handicap, contacter directement l'équipe de CMA Académie.