

## Marketing pour non-marketeur



MR-179 2 Jours (14 Heures)



### Description

Grâce à cette formation en marketing, vous serez en mesure de maîtriser les processus et les pratiques du marketing adaptés aux nouvelles tendances et évolutions du monde digital. Vous pourrez ainsi jouer un rôle éclairé dans le processus marketing et mettre en place des plans d'action pertinents pour votre entreprise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

- Toute personne en charge de projet marketing et communication qui ne dispose pas d'une formation à ces métiers.

#### Prérequis

- Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Identifier le rôle et la contribution du marketing au sein de l'entreprise
- Devenir acteur du processus et de la performance marketing
- Imaginer de nouveaux axes de création de valeur

### Programme de la formation

#### En amont du présentiel

- Un autodiagnostic.

#### Le marketing : pour quoi faire ?

- Les étapes-clés du process marketing.
- Les leviers de la création de valeur.
- Les apports du digital.

### Le marketing dans un monde digital

- Les nouveaux comportements clients.
- Les nouvelles interactions.
- Les technologies au service de la performance marketing.

### Le diagnostic marketing

- Les étapes du diagnostic marketing.
- Les 3 pratiques piliers de l'analyse marketing.
- De l'analyse au diagnostic : la matrice SWOT.

### La stratégie marketing

- Segmenter et cibler ses marchés prioritaires.
- Clés de différenciation et positionnement.

### Le mix marketing à l'heure du digital

- Les nouveaux ressorts de la stratégie prix-produit.
- Le mix distribution omnicanal.
- Écrire le plan de communication.

### Le plan marketing

- Être acteur du plan marketing.
- Identifier les bons outils de pilotage.

### Apporter sa contribution au marketing

- Adopter une approche transversale du marketing.
- Devenir un contributeur de la performance marketing.