

## **Titre : Stratégie marketing**

**But : Connaître et utiliser les stratégies marketing selon l'activité de son entreprise**

### **Aperçu :**

Le marketing connaît des bouleversements ; la donne a changé (Web2.0, Internet, quid du marketing direct ?..)

Le marketing stratégique vous permet de segmenter vos cibles de manière optimale, de décider des produits ou services les plus adaptés aux besoins réels de votre clientèle et d'anticiper leurs attentes.

Connaître et utiliser le marketing stratégique peut s'avérer important dans des situations où :

- la croissance d'une entreprise ralentit,
- lorsque le marché visé par l'entreprise se segmente,
- lorsque la concurrence s'intensifie et qu'il convient de réfléchir à des axes de différenciation et
- lorsque que le secteur d'activité de l'entreprise connaît d'importants changement ou innovations...

### **Participants :**

Tout Dirigeant, Manager (TPE, PME), Indépendant, Créateur d'entreprise désireux d'approfondir ses connaissances en marketing & maîtriser les stratégies marketing.

### **Objectifs :**

1. Bénéficier d'un panorama global sur les fondamentaux du marketing
2. Connaître et savoir différencier les stratégies marketing possibles
3. Mettre en relation son business modell en fonction des stratégies marketing existantes.

### **Intervenant :**

Delphine KAHI, experte spécialiste en conseil marketing, études marketing & performance commerciale depuis 15 ans. Expérience acquise par un partenariat mené avec des clients Grands Comptes dans le secteur des services & de la Grande Distribution. Consultante Intervenant auprès de Cabinets de Consulting.

## **Programme :**

### **Maîtriser les fondamentaux du marketing**

- Historique : du marketing de masse au marketing relationnel, expérientiel
- La politique du mix marketing : Prix, Promotion des Ventes, Communication, Distribution / Merchandising
- Le rôle de la marque : le capital marque & l'architecture de la marque, l'identité de la marque
- Les évolutions du marketing & les nouveaux Business Modell
- Les différentes stratégies des entreprises (stratégie de repli, maintien, fidélisation, spécialisation par segment marché.. stratégie de leader...)

### **La stratégie de lancement de produit**

- Le cycle de vie des produits
- Le portefeuille de produits
- Les produits nouveaux / les produits murs & la stratégie marketing

### **La stratégie de marché**

- Les différents types de marché
- La segmentation du marché
- Le positionnement

### **La stratégie client**

- Le One to One
- Le One to Few : niche de marché
- La gestion de la relation client (GRC / CRM)

### **La stratégie Web marketing : l'emmarketing ou marketing digital**

- Caractéristiques du marketing digital
- Le Web 2.0 : un marketing interactif
- Exemples de stratégies e-marketing

## **Méthode Pédagogique :**

- Une approche synthétique des fondamentaux du marketing en lien avec « le marketing d'aujourd'hui »
- Une approche interactive basée sur des ateliers de travail (plan de recommandation marketing, segmentation marché & cas de synthèse sur un acteur nouvel entrant sur un marché).

## **Durée :**

4 journées

## **Les plus de ce programme :**

Une approche des fondamentaux du marketing & une vision complète & détaillée des stratégies marketing

## **Mots clés :**

Marketing, Stratégie marketing, lancement produit, stratégie client, stratégie de marché, orientations stratégiques, segmentation, e-marketing, marketing viral, CRM, marque, distribution.