



**FLC FORMATION**

## MARKETING POUR NON MARKETEURS

**DUREE** : 2 jours soit 14 heures

**PUBLIC** : Tous les managers et collaborateurs qui ne sont pas des spécialistes du marketing et qui souhaitent comprendre son rôle, en appréhender les principes fondamentaux et être en capacité d'intégrer cette dimension dans leurs pratiques professionnelles

**PREREQUIS** : Aucun

**MODALITES D'ACCES A LA FORMATION** Accès direct

**METHODE PEDAGOGIQUE**

Notre approche est active, basée sur l'écoute et la prise en compte des besoins réels des personnes formées. Les progressions reposent sur des contenus théoriques et des mises en pratique

**PLATEAU TECHNIQUE**

Méthodes et ouvrages, caméscope, rétro projecteur, vidéo, CDROM, et documents professionnels

**SUPPORT DE COURS**

Un document de synthèse est remis à chaque participant

**FORMATEURS**

Tous les formateurs en management sont diplômés et spécialisés dans leurs domaines d'intervention et ont acquis une expérience très significative en entreprise

**EVALUATION DE LA FORMATION**

Une évaluation en début de formation permet de situer les acquis de chacun et de déterminer les manques. Des bilans sont proposés à la fin de chaque thème abordé pour en vérifier l'acquisition. Une évaluation finale sous forme d'exercices d'application permet de mesurer la progression en termes d'acquisition des compétences

**OBJECTIF A ATTEINDRE**

Comprendre la place du marketing et ses enjeux - S'approprier la démarche et son application pratique - Définir une stratégie marketing entreprise

**COMPETENCES A ACQUERIR**

**1 - CONNAITRE LE MARKETING POUR COMPRENDRE**

- Connaître le client d'aujourd'hui
- Analyser l'environnement de l'entreprise, le marché, les clients, la concurrence
- Découvrir les différents concepts Marketing : Trade Marketing, CRM, E-Marketing, Category Management, Veille Marketing

**2 - DECOUVRIR L'ESPRIT MARKETING**

- Le mix-Marketing
- Les cinq « P » : Produit, Prix, Place, Promotion, Peuple
- La trilogie fondamentale : Marché – Besoin - Produit

**3 - APPREHENDER LE MARKETING AU SEIN D'UNE ENTREPRISE**

- Confronter l'entreprise à son environnement : développer une stratégie pertinente à partir de votre diagnostic SWOT, les matrices d'analyses stratégiques
- Développer un positionnement stratégique et repositionner votre offre existante
- Formuler la stratégie Marketing de votre Offre, Cible, Positionnement et Marque
- Pérenniser la stratégie et le positionnement de votre offre
- Développer le mix des actions autour des variables du mix-Marketing
- Découvrir les interactions du Marketing avec les autres services de l'entreprise : finance, commerce, logistique, communication