

marketing



objectif de la formation

surveiller l'évolution du marché, les nouveaux produits, la concurrence; contribuer à valoriser l'image de l'entreprise et de ses produits.

- permettre au stagiaire d'acquérir un esprit "marketing";
- connaître, comprendre et analyser son marché;
- permettre une compréhension approfondie du rôle du marketing dans l'entreprise
- replacer le client au centre des décisions de l'entreprise

contenu

le marketing : sa définition, ses principes, son rôle

- **les différents types de marketing**
 - opérationnel, stratégique
- **le marketing en action**
 - le mix marketing (agir sur les variantes)
- **l'organisation du marketing opérationnel**
- **du mix au plan d'action commerciale**
 - évaluation des produits et des services (adaptation au marché,
 - performances et originalité / concurrence)
 - analyse des points forts et des contraintes en termes de :
 - production, distribution, communication, commercialisation.
- **plan marketing**
 - conception d'une étude de marché;
 - détermination précise des cibles;
 - commercialisation.

méthode pédagogique

apport théoriques et méthodologiques, études de cas

durée

2 jours, 14 heures

tarif

nous consulter



mettez le cap sur votre avenir !

02 31 89 01 71 - securimer.com/inn

