

# Réussir sa démarche marketing

**Public concerné :**

Managers,  
Directeurs,  
responsables de  
site, responsables  
RH

**Pré-requis:**

expérience du  
management

**Nombre de  
participants :**  
10 à 12

## Contenu du stage

- *Positionnement de la démarche marketing*
- *Concepts marketing*
- *Principes de segmentation*
- *Outils de segmentation stratégique*
- *Outils d'analyse de l'offre produits*
- *Consommateurs actuels*
- *Options de base de la stratégie marketing*
- *Principes de construction des éléments de l'offre produits*
- *Plan marketing : formulation, contrôle de faisabilité, mesure de l'efficacité.*

## Approche pédagogique et supports

- *Pédagogie interactive*
- *Exercices en sous groupes*
- *Jeux de rôle*
- *Remise d'un support pédagogique*

## Objectif général

*Comprendre et mettre en œuvre une démarche marketing produits et services en s'appuyant sur des réflexions stratégiques.*

## Compétences développées Savoir-faire attendu en fin de stage

- S'approprier des concepts marketing
- Développer des offres produits sur son marché
- Favoriser sa réflexion marketing
- Mettre en place une démarche marketing au niveau de son centre de profits
- Analyser la situation marketing de l'entreprise dans son environnement
- Construire un S.I.M.C. (Système d'information du marketing catégoriel)

## Indicateurs de l'application des acquis

- Présentation de la démarche marketing réalisée dans son domaine d'activité

**Durée :**  
2 x 2 jours

**Lieu :**  
Sur site

## Préparation et suivi de stage

### Intersession

- Stagiaire réalisera une étude marketing au sein de son entreprise qu'il présentera à l'ensemble du groupe lors de la seconde partie du stage.