

# MAÎTRISER LES BASES DU MARKETING

APPRENEZ À MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DU MARKETING POUR CONCEVOIR DES STRATÉGIES EFFICACES ET FAIRE RAYONNER VOS PROJETS

## PROGRAMME DE LA FORMATION

Ce programme est mis à jour en temps réel pour prendre en compte les dernières nouveautés

### DÉFINIR LE RÔLE DU MARKETING DANS UNE ENTREPRISE

- > Différence entre marketing, communication, et vente
- > Importance du marketing dans la performance de l'entreprise

Brainstorming collectif : "Qu'est-ce que le marketing selon vous ?"

Présentation interactive avec exemples concrets

### CONNAÎTRE SON MARCHÉ ET DÉFINIR SES PRODUITS/SERVICES

- > Les étapes pour connaître son marché : segmentation, analyse de la concurrence, identification des opportunités
- > Caractéristiques marketing et commerciales de ses produits/services
- > Identifier les attentes de ses clients et y répondre efficacement

Atelier en sous-groupes : Réaliser une mini-analyse de marché fictive sur un exemple donné

Mise en commun et discussion des résultats

### UTILISER LE SWOT POUR ANALYSER LE POSITIONNEMENT DE SON ENTREPRISE

- > Présentation de la matrice SWOT : forces, faiblesses, opportunités, menaces
- > Lien entre le SWOT et la stratégie marketing

Exercice individuel : Chaque participant complète un SWOT simplifié pour son entreprise (ou un cas fictif si besoin)

Débriefing en groupe avec retours personnalisés

### DATA ET IA : NOURRIR SA STRATÉGIE MARKETING PAR DES OUTILS SIMPLES

- > Les sources de données disponibles : données clients, veille concurrentielle, outils numériques
- > Utilisation de l'IA pour simplifier les tâches marketing (analyse de données, recommandations)
- > Exemples d'outils accessibles (Google Trends, ChatGPT pour le contenu, Canva pour la communication)

Démonstration pratique : Utilisation de Google Trends pour une analyse rapide

Atelier en binômes : Trouver une donnée clé à exploiter pour son entreprise

### STRUCTURER UNE STRATÉGIE MARKETING COMPLÈTE

- > Le mix marketing : Produit, Prix, Place, Promotion
- > Méthodologie pour établir une stratégie de pricing cohérente

Cas pratique :

Appliquer les 4P sur un produit ou service fictif

Exercice collectif : Définir une stratégie de prix sur un cas donné

### ÉLABORER UN PLAN DE COMMUNICATION

- > Les étapes du plan de communication : objectifs, message, canaux, budget
- > Les erreurs fréquentes à éviter

Exercice individuel :

Rédiger un mini-plan de communication pour un produit/service de son choix

Partage et retours en groupe

## OBJECTIFS

- > Appréhender les bases du marketing
- > Connaître son marché, ses clients pour booster son activité
- > Appliquer de manière très concrète les règles de bases pour assurer la performance de l'entreprise

## LES + DE CETTE FORMATION

- > Alternance de séquences d'apports théoriques, avec mises en situation
- > Adaptation de la formation aux marchés des participants

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne souhaitant découvrir et utiliser les outils marketing pour développer les ventes et la performance de son entreprise (et qui ne dispose pas de formation sur ces métiers).

Aucun prérequis n'est nécessaire.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Questionnaire adressé aux participants 15 jours avant la formation pour connaître leurs attentes

Méthodes pédagogiques : apports théoriques et pratiques (cas concrets, exemples d'application)

Mise à disposition d'un support pédagogique à l'issue de la formation

Consultants sélectionnés pour leurs compétences pédagogiques, expertise métier et expériences professionnelles

## SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation  
Évaluation à chaud et à froid

## TARIFS

850 € HT - Réf : #10006

Validité 31 décembre 2026