

MARKETING DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Cette formation spécialisée vous donne toutes les clés pour exécuter au mieux les nombreuses missions du marketing management : choisir vos marchés cibles, puis attirer, fidéliser et développer une clientèle grâce à une offre d'une valeur supérieure à celles de vos concurrents.

Durée: 35.00 heures (5.00 jours)

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Profil du stagiaire

- Ingénieur/e commercial/e
- Consultant/e marketing
- Business developpement manager
- Ingénieur/e charge d'affaires

Prérequis

- Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, navigation , tableur).
- Maitrise internet

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- S'approprier les outils et la démarche du marketing
- Bâtir un plan marketing stratégique et opérationnel
- Mettre en œuvre le plan marketing opérationnel multicanal

CONTENU (PROGRESSION PEDAGOGIQUE)

- Définir et concevoir votre stratégie marketing
 - Déterminer les attentes et les besoins des clients cl des prospects
 - Définir votre stratégie marketing
 - Etablir un plan d'actions marketing et communication
 - Comprendre le comportement d'achat et de consommation
 - Elaborer l'offre de marché : produit, gamme, politique de prix, canal de distribution
 - Définir la stratégie de communication
- Analyse du marché en France et/ou à l'exportation
 - Acquérir la méthode et les outils permettant de mieux appréhender le marché
 - Accroître les capacités d'innovation de l'entreprise en proposant de nouveaux axes de développement (produits, cibles, circuits de distribution)
 - Définir votre marché : les différents acteurs du marché, la concurrence, le contexte économique, le contexte règlementaire
 - Comprendre les comportements d'achat et de consommation Explorer de nouvelles pistes de réflexion, les lister et analyser les risques
- Définir et mettre en place votre stratégie commerciale
 - Définir les cibles et l'offre Choisir voire positionnement
 - Elaboration d'un plan d'actions commerciales
 - Le diagnostic interne et externe : forces cl faiblesses Définir
 - Suivre la mise en place du plan d'actions cl évaluer les résultats
- Concevoir et mettre en place une action de marketing opérationnel
 - Définir l'action et établir un rétro-planning
 - gestion de vos bases de données Concevoir le document
 - Définir les objectifs, l'offre et la cible
 - Les étapes d'une opération de marketing opérationnel Enrichir et mettre à jour vos fichiers
 - Rédiger un mailing ou c-mailing efficace (mise en pratique) Le suivi de l'action et l'évaluation des résultats

ORGANISATION

Formateur

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

elidan formation

10 place Sébastopol
13004Marseille
Email: danstrategie@gmail.com
Tel: 0767602331



Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.