

# LES PRINCIPALES ÉTAPES D'UNE DÉMARCHE MARKETING

*level 1*  
*principales étapes d'une démarche marketing*

*"les petits secrets marketing pour être leader du marché"!*

WIN IT Marketing  
Le concept Win-Win

WIN IT Marketing  
contact@win-it-marketing.com

win-it-marketing.com  
23 684 756

## OBJECTIFS DE FORMATION

- Comprendre et parler le même langage que ses interlocuteurs marketing clients et internes.
- S'approprier les étapes, les concepts et les outils du marketing
- Assurer les performances commerciales par les stratégies marketing de conquête, de fidélité, de valeur.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Situer la fonction marketing dans l'entreprise et s'initier aux techniques de base.
- Connaître le marché et son environnement, être en mesure de répondre aux attentes des consommateurs.

- Comprendre mieux les concepts marketing, bien étudier la concurrence et prendre les décisions stratégiques au bon moment.
- Apprendre à mener une stratégie marketing et établir un suivi de ses actions.

---

## **PUBLIC VISÉ**

- Chef de produit – Créatif – Ingénieur – Commercial – Toute personne souhaitant contribuer à l'action marketing.

---

## **PRÉREQUIS**

- Aucun

---

## **DURÉE**

- 2 jours (10-12h).

---

## **QUALITÉ DU FORMATEUR**

- Consultant-formateur spécialisé en outils digitaux.
- Expérience reconnue en entreprise.

---

## **MOYENS PÉDAGOGIQUES**

- 40% d'apports théoriques et 60 % d'exercices pratiques.
- Méthode active à travers l'articulation de situations d'apprentissage et de techniques pédagogiques multiples.
- Mises en situation : atelier de facilitation validant les acquis en formation.
- Séances de réflexion sur des projets personnels avec échanges collaboratifs.

## CONTENU PÉDAGOGIQUE

---

- *Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon les versions du logiciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.*

### **Jour 1 ►**

#### **Les bases du marketing**

- Définition et particularités du marketing : initiation à l'univers du marketing
- Appréhender l'évolution et le développement du marketing
- Appréhender les notions : segmentation et ciblage, démarche de segmentation
- Comprendre et assimiler la notion de positionnement en marketing
- Atelier de travail
- Etablir Fiche Persona
- Atelier de travail
- Analyse SWOT : qu'est-ce qu'une analyse SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) ? Quelle est son importance ?
- Atelier de travail

#### **Analyser et diagnostiquer l'offre**

- Élaborer un diagnostic marketing pour prendre les bonnes directions.
- Les outils d'analyse : SWOT, matrices et méthodes.
- Comprendre les concepts clés : la segmentation, le ciblage, le positionnement et l'avantage concurrentiel.

*Exercice : Réalisation d'un diagnostic stratégique à partir d'une étude de cas*

## Jour 2 ►

- Formuler les politiques autour des variables du mix marketing de l'offre, comprendre le concept de la création de valeur et le mix marketing client.
- Élaborer un plan marketing pour générer les ventes et atteindre son marché cible.
- Définir les objectifs (SMART) et actions cohérentes avec le diagnostic.
- Atelier de travail
- Comprendre la matrice BCG pour justifier sur quel produit vous allez allouer vos sources.
- Maîtrisez le modèle de « 5 forces de porter » pour mieux identifier les forces en concurrence dans une industrie.
- Atelier de travail
- Analyser les résultats de votre performance à travers plusieurs indicateurs.

## SUPPORT DE COURS

---

- Un support de cours numérique est remis à chaque participant.

## ATTESTATION DE FORMATION

---

- Une attestation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.