

La boîte à outils du responsable marketing

-Référence: **MR-179**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Identifier le rôle et les missions du responsable marketing
- Analyser l'environnement et faire un diagnostic du marché
- Utiliser les outils de segmentation et de positionnement
- Maîtriser le mix marketing
- Intégrer les outils commerciaux

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Directeur marketing. responsable marketing.

PRÉREQUIS :

- Aucune connaissance particulière.

Programme

- **Le nouveau métier et le périmètre du responsable marketing**
 - L'évolution du rôle du responsable marketing.
 - L'entreprise orientée client.
 - Les stratégies de segmentation.
 - Un environnement hyper concurrentiel : se démarquer.
 - Les nouvelles tendances du marketing.
 - De la vente conseil à la vente achat.
 - Echanges Les nouvelles tendances du marketing.
- **Les outils d'analyse stratégique et de diagnostic**
 - Le SWOT et les matrices de Porter, Ansoff, Mc Kinsey.
 - Le système d'information marketing.
 - Les études qualitative et quantitative.
 - De l'écoute à l'écoute active.

- Les veilles concurrentielles et l'analyse de l'environnement.
- L'outil CRM.
- Exercice: Elaboration de sa matrice SWOT.

- **Les outils de segmentation et de positionnement**
 - L'analyse et la grille d'évaluation besoins/segments.
 - La valeur ajoutée de l'offre.
 - Le mapping de positionnement.

- **Les outils du mix offre**
 - La durée de vie du produit/service.
 - La valeur ajoutée de l'offre.
 - Le cahier des charges.
 - Les tests.
 - La politique de marque : marques refuges.

- **Les outils du mix communication**
 - Le plan de communication.
 - Le réseau des correspondants communication.
 - Recenser les territoires, définir le profil, organiser des rencontres.
 - Les tableaux de bord de la communication : les indicateurs.
 - La communication orientée résultat.
 - Exercice: Bâtir son plan de communication.

- **Les outils du mix prix**
 - L'élasticité de la demande.
 - Le niveau de prix et pricing.
 - Le yield pour " booster " son taux de remplissage.
 - Les secteurs où le yield est utilisable.

- **Les outils du mix distribution**
 - Les divers canaux de distribution.
 - Le merchandising.
 - Le trade marketing.
 - Le category management.

Programme

- Exercice: Elaborer son mix marketing.
- **Les outils de la force de vente**
 - Le plan d'action commerciale (PAC).
 - Les outils d'aide à la vente.
 - Six motivations clients ou le Soncas/ APB.
 - Exercice: Les outils d'aide à la vente pertinents dans chaque environnement.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc