

## INITIATION MARKETING



**VENUS CONSULTING**

### OBJECTIFS

- 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 les concepts fondamentaux du marketing et des besoins consommateurs
- Apprendre à mener une stratégie marketing et établir un suivi de ses actions

#### PUBLIC :

Collaborateurs de l'entreprise souhaitant comprendre les fondamentaux du marketing et s'initier aux techniques de base  
Toute personne souhaitant évoluer vers le marketing

#### PRÉREQUIS :

Aucun prérequis nécessaire pour suivre la formation initiation marketing

#### FORMATEURS :

Cette formation est animée par un professionnel marketing et de la communication, formateur expert de Venus Consulting.

## PROGRAMME

### 1 - MARKETING ET ENTREPRISE : DÉCOUVRIR LES CONCEPTS DE BASE DU MARKETING

- Définition et particularités du marketing : initiation à l'univers du marketing
- Appréhender l'évolution et le développement du marketing
- Se représenter l'esprit et la démarche marketing au sein de l'entreprise
- Qu'est-ce qu'une compétence distinctive ? : notion et définition
- Prendre connaissance des acteurs de la démarche marketing

### 2 - FOCUS SUR LE MARCHÉ ET L'ENVIRONNEMENT MARKETING DANS LE SECTEUR DE L'ENTREPRISE

- Comprendre la nécessité de réaliser une étude des besoins, de l'environnement
- Comprendre la notion de marché en marketing
- Comprendre et maîtriser le système d'information du marketing (SIM) pour l'adapter aux objectifs
- Prendre connaissance des principales sources d'information
- Études quantitatives et qualitatives : ce qu'il faut savoir pour les réaliser
- Analyse SWOT : qu'est-ce qu'une analyse SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) ? Quelle est son importance ?
- Appréhender la nécessité de prédire/ d'analyser le comportement d'achat du consommateur/client
- Étude de cas

### 3 - DÉFINIR UNE STRATÉGIE ET UN PLAN MARKETING : S'INFORMER SUR LES FONDAMENTAUX

- Qu'est-ce qu'un plan stratégique ? Comment le mettre en place ?
- Appréhender les notions : segmentation et ciblage, démarche de segmentation
- Comprendre et assimiler la notion de positionnement en marketing
- Se représenter la notion relative aux sources de volume d'un produit
- Matrices marketing : Qu'est-ce que c'est ?



# PROGRAMME

## 4 - FOCUS SUR L'IMPORTANCE DU PRODUIT DANS LA DÉMARCHE MARKETING D'UNE ENTREPRISE

- La politique de produit, les composantes : Maîtriser la démarche de fixation d'un prix
- Introduction au concept et cycle de vie d'un produit
- Etre en mesure d'assurer la gestion d'une gamme de produits
- S'informer sur les procédures de développement d'un nouveau produit

## 5 - MAÎTRISER LES CONCEPTS MARKETING PROPRES AU PRIX D'UN PRODUIT/SERVICE

- Prendre connaissance des méthodes de tarification d'un produit
- Etre en mesure de réaliser une estimation des coûts
- Etre en mesure de réaliser une évaluation de la demande d'un produit
- Appréhender l'importance d'une analyse de la concurrence et d'un benchmarking

## 6 - SE REPRÉSENTER LES FONDAMENTAUX DE LA DISTRIBUTION

- Focus sur les principaux circuits de distribution d'un produit
- Visualiser les différentes formes de commerce et leurs spécificités
- Sélection d'un circuit de distribution : appréhender les connaissances clés
- S'informer sur les techniques de vente et de merchandising en marketing

## 7 - CAPITALISER SUR LA NOTION DE PROMOTION EN ENTREPRISE

- Mettre en place une politique et des formes de communication
- Focus sur l'élaboration de la politique de communication en entreprise
- S'informer sur l'importance de la communication media et hors media
- Diversité et exemple d'actions de promotion
- Diversité et exemples d'actions de marketing direct, nouvelles orientations
- Savoir comment réaliser un suivi et contrôle des actions mises en place
- Assurer le relais interne avec les autres services et la DG
- Assurer la mise en oeuvre du contrôle des performances
- Etre en mesure de réaliser des tableaux de suivi et appliquer des mesures correctives

### PERSONNALISATION DE LA FORMATION :

Un questionnaire préparatoire sera remis en amont de la formation au participant lui permettant de faire remonter auprès du formateur ses attentes et besoins spécifiques.

### VALIDATION DES ACQUIS :

- Évaluation des acquis de la formation par des cas pratiques, exercices, QCM...  
Questionnaire d'évaluation à chaud proposé à la fin de formation - Une attestation sera remise au stagiaire à la fin de la formation.