



**LC FORMATIONS**  
CONSEIL & DEVELOPPEMENT

PROGRAMME DE FORMATION

# MARKETING

CONTACT / RENSEIGNEMENT :

**CASTILLON LAURÈNE, 06.69.23.18.16**  
**CONTACT@LC-FORMATIONS.FR**



# FORMATION MARKETING

## ➔ OBJECTIFS PROFESSIONNELS :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les concepts fondamentaux du marketing commercial et situer la fonction marketing dans l'entreprise
- S'initier aux techniques de base de la stratégie commerciale d'une entreprise
- Appréhender les évolutions du métier

## ➔ CATÉGORIE ET BUT

La catégorie prévue à l'article L.6313-1 est : Action de formation

Cette action a pour but (article L.6313-3) : De favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste de travail, à l'évolution des emplois ainsi que leur maintien dans l'emploi et de participer au développement de leurs compétences en lien ou non avec leur poste de travail.

## ➔ PUBLIC

Le public concerné est : tout public

## ➔ PRÉ-REQUIS

Les conditions d'accès sont :

Pré-requis : Aucun

Niveau exigé : Débutant

## ➔ DURÉE

Horaires et Dates : Voir convention de formation.

## ➔ TARIF

Sur demande.

## ➔ MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription est réputée acquise lorsque : La convention de formation est signée.

Les délais d'accès à l'action sont : 15 jours avant de le début de l'action de formation.



# FORMATION MARKETING

## ➔ MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

### MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

L'organisation pédagogique repose sur l'individualisation accompagnée avec présence pédagogique constante du formateur.

Cours avec apports théoriques et mises en pratiques immédiates sur lieu concerné.

**OUTILS PÉDAGOGIQUES** : Il s'agit d'une formation individuelle, en face à face.

• Nous privilégions une démarche pédagogique pratique et conviviale avec la mise en application immédiate des conseils vus.

• La répartition pédagogique est la suivante : 30 % d'apports théoriques et de connaissances et 70 % de pratique.

• La participation active et l'expérimentation du stagiaire est largement privilégiée.

**SUPPORTS PÉDAGOGIQUES** : Programme de formation détaillé, Photos, exemples visuels d'ajustements.

**PRISE EN COMPTE DU HANDICAP** : Les personnes en situation de handicap physique peuvent tout à fait rejoindre notre formation. Merci de nous contacter pour toute situation particulière.

### ELÉMENTS MATÉRIELS DE LA FORMATION

Equipements divers mis à disposition : Non nécessaire

Documentation : Photos d'exemples.

### COMPÉTENCES DES FORMATEURS

Le formateur référant possède les qualités nécessaires à la mise en place d'un parcours modulaire. Il a un rôle de formateur accompagnateur. Il réajuste en permanence le contenu de la formation en fonction des avancées du stagiaire. Il reste à l'écoute des besoins et répond au mieux aux attentes.



# FORMATION MARKETING

## ➔ **CONTENU DE LA FORMATION**

### **PARTIE 1 - STRATÉGIE MARKETING : DÉMARCHE**

- Les clés de la stratégie marketing.
- Les piliers du marketing digital.
- Les enjeux de l'expérience client.
- L'impact du développement durable et de la RSE.
- Le développement d'une vision globale

### **PARTIE 2 - AUDIT INTERNE ET EXTERNE**

- Analyser ses cibles
- Analyser son marché
- Les systèmes d'analyse
- Fixer ses objectifs
- Data et analytics : nouveaux leviers de l'écoute client.
- L'approche par le cycle de vie du marché.
- Les 5 forces de Porter : identifier la concurrence.

### **PARTIE 3 - STRATÉGIES ET MODÈLES D'ANALYSE**

- Modèles d'aide à la décision : BCG, Kinsey, ADL.
- Le SWOT.
- Approches stratégiques : Ansoff, Porter, Kotler et Océan bleu.
- Le POEM

### **PARTIE 4 - SEGMENTATION DU MARCHÉ**

- Les études de marché qualitatives et quantitatives : atouts et limites
- La démarche de l'étude de marché
- L'arbre et les critères de segmentation.
- L'analyse des besoins et comportements.
- Mieux connaître ses clients et rester en contact permanents



# FORMATION MARKETING

## ➔ **CONTENU DE LA FORMATION**

### **PARTIE 5 - ÉLABORER UN POSITIONNEMENT**

- Un marketing qui combine branding et performance.
- Les stratégies de différenciation.
- La démarche de positionnement.

### **PARTIE 6 - DÉFINIR SES PLANS**

- Objectifs et Leviers
- Définir les coûts de la publicité digitale
- Identifier les autres coûts liés au digital
- Prévion de budget global
- Exemple de plan marketing simplifié
- Exemple de plan marketing détaillé

### **PARTIE 7 - DÉPLOYER LA STRATÉGIE MARKETING**

- Intégrer les ressorts du marketing digital.
- Structure d'un plan marketing.
- Le Mix-marketing digital.
- Le marketing-mix élargi : promotions, force de vente, marketing direct
- Politique de produit
- Politique de prix
- Politique de vente et de distribution
- Politique de communication



# FORMATION MARKETING

## ➔ SUIVI ET ÉVALUATION

### EXÉCUTION DE L'ACTION

Les moyens permettant de suivre l'exécution de l'action sont :

- Feuilles de présence émargées par les stagiaires et le formateur
- Attestation remise aux stagiaires ayant suivi la formation avec assiduité

### MODALITÉS D'ÉVALUATION DES RÉSULTATS (OU D'ACQUISITION DES COMPÉTENCES)

Les moyens mis en place pour déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés dans les objectifs sont :

- Exercices pratiques



**LC FORMATIONS**  
CONSEIL & DEVELOPPEMENT

---

LC FORMATIONS

5 IMPASSE DES MOUETTES 30220 SAINT LAURENT D'AIGOUZE  
SIRET 88379731800028 - SARL AU CAPITAL SOCIAL DE 1000 €- NUMÉRO TVA INTRACOMMUNAUTAIRE FR77883797318  
DÉCLARATION D'ACTIVITÉ DE FORMATION ENREGISTRÉE SOUS LE N°76300463930 DU PRÉFET DE RÉGION D'OCCITANIE