

Formation stratégie marketing - Présentiel ou FOAD - 7h

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

AGILATEUR
cedric delaumenie
06.61.82.42.78
cedric.delaumenie@cd-conseils.com

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Entretien

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Admission après entretien. RDV à distance.
Ce dispositif est une formation courte, adaptée et individualisée. Elle est axée sur un développement important des compétences transversales nécessaires à un entrepreneur. Intervenants confirmés en création/reprise et développement des territoires Le rythme est adapté selon le projet et les disponibilités du porteur de projet sur période de 3 à 6 mois. La formation peut être proposée en individuel, en collectif intra ou inter entreprise,, en présentiel, en FOAD, en mixte. Veillant à s'assurer de la réalité d'un projet entrepreneurial. Agilateur est certifié QUALIOPI. Selon situation individuelle : Formation pouvant être financée à titre personnel. Formation éligible CPF dans le cadre des action de formation pour les créateur d'entreprise. Formation en inter / intra entreprise Éligible OPCO sous réserve d'acceptation du dossier par les services. Éligible financement Pôle-emploi ou Région sous réserve d'acceptation du dossier par les services. Formation pouvant-être délivrée en présentiel ou en Formation A Distance, en individuel ou en groupe de 4 stagiaires minimum jusqu'à 12. - Présentiel : Limoges, métropole, Haute-vienne - Lieux de formation à Limoges. - Présentiel intra/inter-entreprise : France entière et Afrique francophone de Limoges - Lieux de formation : en entreprise. - F.O.A.D. : France entière - Plateforme Microsoft TEAMS

Prérequis pédagogiques :

Pas de prérequis au sens de la démarche qualité QUALIOPI. La formation est accessible à tous et à tous les niveaux. Cependant le Cabinet Agilateur souhaite préciser qu'il est préférable d'avoir un minimum de conditions :
• Maîtrise de la langue française et de l'écrit ;
• Equipement information récent portable avec webcam ;
• Connexion internet - Pack office ou équivalent ;
• Connaissances de base des outils bureautiques ;
NOTA : • Aucun matériel ni logiciel spécifique n'est requis pour accéder aux cours à distance autre qu'énoncé ci-dessus. • Possibilité de regroupements sur certains thèmes avec d'autres porteurs de projet.

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

Dans le cadre d'une démarche de construction de la stratégie commerciale de l'entreprise pour les deux ans à venir, l'entreprise souhaite former des collaborateurs, sur la démarche marketing. L'entreprise souhaite apporter des compétences complémentaires via une formation sur-mesure sur la stratégie marketing et la mise en place d'un plan stratégique de développement commercial afin d'acquérir des outils et des méthodes pour : Approfondir les notions du poste de responsable marketing Comment réaliser un diagnostic marketing Développer une stratégie marketing basée sur les 4P (produit, prix, place, promo) Proposer et Etablir un plan d'actions commercial structuré permettant le développement des ventes Objectifs pédagogiques : - Mettre en place une démarche marketing - Structurer la démarche commerciale - Développer ses propres outils marketing et commerciaux - Compléter les argumentaires de ventes - Construire un projet commercial basé sur une stratégie claire SIMULATEUR PEDAGOGIQUE - BUSINESS GAMES- INCLUS Les objectifs pédagogiques : Apprendre une démarche de gestion de projet. Utiliser les méthodes agiles dans un projet professionnel et entrepreneurial. Etablir l'état des lieux du parcours professionnel et entrepreneurial. Evaluer les connaissances, savoirs et acquis. Identifier les compétences transférables, repérer les potentialités. Evaluer l'aptitude à évoluer dans d'autres domaines. Engager une réflexion sur les motivations et priorités. Identifier les opportunités d'évolution professionnelle. Définir les pistes d'évolution en fonction du profil professionnel et entrepreneurial déterminé. Les objectifs opérationnels : Réaliser un travail d'investigation sur les domaines d'activité et les métiers repérés pour les hiérarchiser en fonction de leur viabilité. Définir ou confirmer un ou plusieurs projets professionnels et entrepreneurial. Vérifier et valider la faisabilité du projet professionnel et entrepreneurial. Recenser les facteurs favorisant la réalisation du projet entrepreneurial choisi. Etablir un plan d'action et ses modalités de suivi. Définir un ou des plans d'action professionnels et/ou personnel et entrepreneurial. Mettre en oeuvre un projet personnel

...

Contenu et modalités d'organisation

LA DEMARCHE MARKETING : - Prise de contact avec les salariés Identifier les attentes dans le détail Identifier les points forts et les points d'amélioration - De la définition de la démarche marketing Définir le marketing : les confusions avec la communication. La démarche marketing : les différentes étapes. Les différents types de marketing : stratégique, opérationnel, one to one, interactif. Etablissement d'un plan : business plan, plan marketing, plan d'actions commercial - Connaître l'offre et la demande : le diagnostic marketing L'apport des études aux décisions marketing : qualitatives, quantitatives, panels, satisfaction... Analyse de l'environnement : PESTEL, menaces et opportunités. Analyse du marché et de la concurrence : matrice Porter, Benchmarking ... Diagnostic interne : forces et faiblesses (matrice BCG, Pareto...). Identification des Forces, Faiblesse, Opportunités, Menaces - Définir la stratégie marketing et choisir ses marchés Stratégie générale. Mc Kinsey, Porter. Segmentation et ciblage marketing. Comment positionner son produit. - Elaborer le marketing mix. Les quatre P Produit : le cycle de vie du produit, la marque, la gamme, les services... Prix : calcul du seuil de rentabilité, prix psychologique, définition du juste prix de vente. Place : choisir son circuit de distribution. Promotion : publicité, promotion des ventes, e-marketing Focus sur les nouvelles communications via internet - Construire en collaboration avec le formateur un plan d'actions pour la journée 2 Lister les actions restant à faire pour construire la stratégie marketing Construire le support bilan permettant de centraliser les éléments de recherche Construction du SWOT Analyse du l'offre actuelle de l'entreprise et repérage des points de faiblesse LA DEMARCHE MARKETING : Applications pratiques - Construire l'offre : les caractéristiques du produit ou du service, la composition de la gamme (produit et services) les attributs différenciateurs - construction des argumentaires - Construire sa stratégie prix : le positionnement prix les conditions tarifaires : prix, ristournes, rabais, remises. - Construire la stratégie de communication (le plan de communication) : Sélectionner les outils adaptés à

...

Commentaires sur la durée hedmomadaire Plusieurs rythmes possibles. Le parcours et le rythme sont définis ensemble -Des autodiagnostic : repérage de ses meilleures expériences, partage d'expériences ; -La création d'outils ; -Evaluation en cours et/ou fin de formation ; L'accompagnement peut être réalisé en individuel ou en regroupement d'entrepreneurs. C'est un choix possible offert au porteur de projet. Si le choix est fait de travailler en regroupement d'entrepreneurs des heures sont consacrés au Tutorat du projet individuel.

Parcours de formation personnalisable ? Oui Type de parcours Mixte

Validation(s) Visée(s)

Actions de formation dispensées aux créateurs et repreneurs d'entreprise - Sans niveau spécifique

MON COMPTE FORMATION Éligible au CPF

Et après ?

Suite de parcours

Notre catalogue de formation peut permettre d'envisager des formations complémentaires. Consultez nore site internet.Parmi elles : o Construire son business modèle o Construire son business plan o Créer et développer une activité en microentreprise o Marketing opérationnel et communication microentreprise et TPE/PME o Gestion commerciale et financière / administration des ventes / techniques de vente o Les bases du webmarketing

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00344825	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Tulle (19)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344817	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Le Dorat (87)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344820	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Angoulême (16)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344828	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Terrasson- Lavilledieu (24)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344815	du 01/12/2021 au 31/12/2024	La Souterraine (23)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344831	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Limoges (87)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344823	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Ussel (19)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344826	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Brive-la- Gaillarde (19)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344818	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Montmorillon (86)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344829	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Villeneuve- sur-Lot (47)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344821	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Saint-Junien (87)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00332321	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Guéret (23)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344824	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Uzerche (19)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344816	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Bellac (87)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC
00344819	du 01/12/2021 au 31/12/2024	Poitiers (86)	AGILATEUR		MON COMPTE FORMATION	FPC

00344827

du 01/12/2021 au
31/12/2024

Bergerac (24)

AGILATEUR

MON
COMPTE
FORMATION

FPC

00344814

du 01/12/2021 au
31/12/2024

Aubusson
(23)

AGILATEUR

MON
COMPTE
FORMATION

FPC

00344830

du 01/12/2021 au
31/12/2024

Périgueux
(24)

AGILATEUR

MON
COMPTE
FORMATION

FPC

00344822

du 01/12/2021 au
31/12/2024

Saint-Yrieix-
la-Perche (87)

AGILATEUR

MON
COMPTE
FORMATION

FPC