HM FORMATION

Programme de formation

Concevoir une stratégie marketing efficace pour développer son entreprise

Domaine : Marketing

Durée : 14h

Public : Direction générale, Direction marketing & commerciale

Nombre de personnes min et max : 1 à 9

Objectifs :

- Mener un diagnostic de son entreprise sur le marché (SWOT analysis) ;
- Elaborer sa stratégie marketing
  - Les axes de la stratégie marketing ;
  - Optimiser son mix marketing (actions à définir en partant des 5P) ;
  - Les outils du plan marketing.
- Mieux Connaître les évolutions et nouvelles tendances marketing pour promouvoir son entreprise.

Pré-requis :

- Avoir le pouvoir de décider de la stratégie marketing
- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel :
Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.
En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

La formation est articulée autour de plusieurs outils dont les principaux sont le LeanMarketCanvas (schéma directeur de la stratégie) et le LeanMarketProcess (le déploiement).
Il sera demandé aux participants une réflexion intense dans leur contexte d'entreprise. Du fruit de ces réflexions, nos mettrons en œuvre le MarketCanvas et le MarketProcess.

En fin de formation, après-midi jour 2, une série d'ateliers sera organisée pour réfléchir et déterminer concrètement les réalisations à mener : tableaux de bord, animation des équipes commerciales, argumentaires, pitch, fiches produits, plaquettes, communication…

Outils pédagogiques utilisés :

Deux outils exclusifs principaux : LeanMarketCanvas & LeanMarketProcess
Sous la forme de diagrammes, ces 2 outils permettent de structurer son travail selon une méthodologie simple et pragmatique.
Pour la créativité, nous utiliserons le Mind Mapping.
Le SWOT sera présenté avec les 5M dont on détournera l'usage habituel pour répondre au rapport Forces/Faiblesses.

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation :
Tests sous forme de QCM ou QUIZZ complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

Jour 1 : matin

- Tour de table
- Présentation de stratégies marketing :
  - De marché
  - De produit
  - De marque
- Les marchés
  - Matrice d'analyse : LeanMarketCanvas
  - Marketing des affaires : méthode d'analyse des segments
  - Atelier de créativité
  - Mind mapping des segments profitables et/ou à développer + des segments issus de l'atelier de créativité

Après-midi jour 1 + Matin jour 2

- Forces/Faiblesses : SWOT # Segments
- Déploiement du mix : Méthode LeanMarketProcess
  - Définir l'offre
  - Pricing
  - Définir et trouver les futurs clients
  - Communiquer
  - Vendre
  - Rewards commerciaux

Après-midi jour 2

- Ateliers :
    - Concevoir des outils d'aide à la vente
    - Organiser le déploiement auprès des équipes
    - Présenter la stratégie,
    - Animer au quotidien
    - Suivre les réalisations : Tableaux de bord

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)