

## Formation Marketing : Approfondissement

<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Public :</b>	Responsable Marketing
<b>Pré-requis :</b>	Avoir les notions fondamentales de marketing
<b>Objectifs :</b>	Découvrir les notions avancées du Marketing - Comprendre le positionnement - Piloter ses actions
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	MAR100190-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,75 / 5

### Introduction

Rappels des notions fondamentales

### Comprendre le client

Motivations d'achats  
Peurs du clients

**Atelier : recenser les motivations et les peurs d'un prospect avant l'achat d'une voiture**

### Positionnement

Comprendre le positionnement  
Exemples typiques

### Message

Composants du message  
La création de valeur  
Construire son argumentaire : méthode CAP SONCAS

**Atelier : appliquer la méthode CAP SONCAS pour créer un argumentaire de vente de sites Web (ou un autre produit B2C)**

### Identification des cibles et supports promotionnels prioritaires

Quels sont mes meilleurs clients ?  
Ou et comment puis-je les prospector ?

**Atelier : définir 2 cibles prioritaires pour son activité et les actions promotionnelles possibles**

### **Passer de l'argumentaire au publicitaire**

Quelle message retenir pour mes publicités ?  
Exemples typiques de messages publicitaires

**Atelier : analyser des messages, discuter, critique**

### **Stratégie Marketing**

Les enjeux de la stratégie Marketing  
Méthode SCP

**Atelier : mettre en oeuvre SCP pour son activité**

### **Outils d'analyse**

Analyse des ventes  
Analyses des retours  
Enquetes clients  
Démonstration avec LimeSurvey Introduction aux outils d'analyses E-Marketing

### **Pilotage d'actions Marketing**

Planification  
Estimation de budget  
Recherche de prestataire  
Création d'équipes internes  
Suivi des actions  
Analyse

### **Conclusion**