

Formation Marketing : Approfondissement

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 500,00 CHF HT (standard) 1 200,00 CHF HT (remisé)
■ Public :	Responsable Marketing
■ Pré-requis :	Avoir les notions fondamentales de marketing
■ Objectifs :	Découvrir les notions avancées du marketing - Comprendre le positionnement - Piloter ses actions
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR100190-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,75 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

Rappels des notions fondamentales

Comprendre le client

Motivations d'achat

Peurs du client

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

Qui sont mes meilleurs clients ?

Où 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

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

Atelier : analyser des messages, discuter, critiquer

Stratégie marketing

Les enjeux de la stratégie marketing
Méthode SCP

Atelier : mettre en œuvre SCP pour son activité

Outils d'analyse

Analyse des ventes
Analyse des retours
Enquêtes clients
Démonstration avec LimeSurvey
Introduction aux outils d'analyse e-marketing

Pilotage d'actions marketing

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

Conclusion

Questions/réponses