

Marketing Initiation

Durée : 56 heures

Prix : 2240€

Objectifs de la formation

- Acquérir une connaissance approfondie des fondamentaux du marketing et leurs applications pratiques
- Maîtriser les outils et méthodologies essentiels pour analyser le marché
- Comprendre les comportements des consommateurs
- Être capable de concevoir des stratégies marketing cohérentes et efficaces
- Savoir mettre en œuvre des actions marketing opérationnelles adaptées

Programme détaillé

Introduction aux fondamentaux du marketing (12 heures)

Objectif : Comprendre les bases théoriques et pratiques du marketing pour poser les fondations d'une stratégie marketing

- Définition et rôle du marketing : origines et importance dans les entreprises modernes
- Les concepts fondamentaux : besoins, désirs, demandes, segmentation, ciblage et positionnement
- Les grands principes du marketing moderne : marketing client vs produit
- Études de cas pratiques avec analyse d'exemples concrets

Analyse du marché et des comportements consommateurs (12 heures)

Objectif : Être capable de mener une analyse approfondie du marché et d'identifier les facteurs influençant les décisions d'achat

- Les méthodes d'analyse du marché : études qualitatives et quantitatives
- Comportement du consommateur : facteurs d'influence et parcours client
- Segmentation et ciblage des consommateurs : identification des segments et personas

Le marketing mix et les 4P en pratique (10 heures)

Objectif : Maîtriser les 4 composantes du marketing mix pour élaborer des stratégies complètes et équilibrées

- Produit : différenciation et cycle de vie
- Prix : stratégies de tarification et perception psychologique
- Place : canaux de distribution et chaîne d'approvisionnement
- Promotion : techniques promotionnelles et communication publicitaire

Découverte du marketing digital (12 heures)

Objectif : Découvrir les fondamentaux du marketing digital et apprendre à utiliser les outils de base

- Introduction au marketing digital : leviers principaux (SEO, SEA, réseaux sociaux)
- Création de contenu digital : bases du contenu attractif
- Référencement naturel et payant : bases SEO/SEA

- Suivi des performances digitales : KPI et outils de suivi

Élaboration d'un plan marketing simplifié (10 heures)

Objectif : Être capable de structurer et présenter un plan marketing réaliste et pertinent

- Les étapes d'un plan marketing : analyse SWOT, PESTEL, objectifs SMART
- Mise en œuvre d'une stratégie : priorisation des canaux
- Budget et ROI : budgétisation et calcul du retour sur investissement

Modalités d'évaluation

- Évaluation continue pendant la formation
- Exercices pratiques et mises en situation
- Études de cas réels
- Élaboration d'un plan marketing
- Présentation d'une stratégie marketing complète

Validation : Attestation de fin de formation détaillant les compétences acquises

Points forts

- Formation complète couvrant tous les aspects du marketing moderne
- Approche pratique avec des cas réels et des outils concrets
- Formation en individuel ou en groupe de 1 à 10 stagiaires
- Formateur expert en marketing
- Équilibre entre marketing traditionnel et digital

Informations complémentaires

Prérequis : Aucun prérequis nécessaire

Public cible : Professionnels souhaitant acquérir les bases du marketing ou se reconverter dans le marketing

CA Conseils
3 impasse Jean Beausire 75004 PARIS
Téléphone: 0619346451
Siret : 82056417700013 RCS PARIS
NDA: 11755674975 auprès du préfet de la Région Île-de-France