

Objectif

Définir la stratégie marketing et développer les tableaux de bord de suivi du service afférent

Prérequis

Aucun

Destinataires

Responsables Marketing, Responsable de Gammes, Chef de Produits dans les domaines industriels ou du service

Plan du stage

Quelle est la stratégie de la société ?

Qu'est-ce que la stratégie marketing ?

Comment traduire et décliner les axes stratégiques de la société dans les domaines d'action concrets du marketing ?

Définition du champs d'intervention du service marketing

. "Corporate", Géographique, National, Régional ...

. Définition du type d'intégration avec le marketing de plus haut niveau

. Comment s'intégrer dans le process marketing global de la société

Les notions de stratégie et de tactique

. Faire la différence entre les points de convergence et les méthodes pour y parvenir

. Replacer le cadre de ses actions

Mettre les outils d'analyse stratégique au service de l'aide à la création du mix marketing

. Forces - Faiblesses, Analyse métier, matrice ADL, matrice Stratégie / Culture (Blake et Mouton),

DAS, BCG, analyses de Michael Porter, PPPD ...

Création du Marketing Mix stratégique

. Confectionner son mix marketing

. Confronter son mix au mix de plus haut niveau et rechercher la convergence

. Adapter ou remplacer son mix marketing par rapport aux nouveaux contextes

Préparation des scénarios

. Les trois types de base (bas, moyen, haut)

. Les scénarios d'engagement et les scénarios catastrophes

Contrôler la mise en œuvre du mix marketing stratégique à l'aide du Tableau de Bord Marketing

Comment construire son tableau de bord ?

. La méthode employée

. L'objectif du tableau de bord

. La recherche de la pertinence des indicateurs

. Mettre les indicateurs en correspondance avec le mix marketing et la stratégie marketing

. Notion d'indicateurs "quantitatifs" et "qualitatifs"

. Notions avancées d'indicateurs : "Relationnel", "créativité agences", "créativité du service", "juste à temps", "synchronisation d'actions", "client fournisseur interne", "synchro mailing - téléphone - médias",

"formation des commerciaux"...

Mettre en place des indicateurs fiables et pertinents

. Définir les domaines de contrôle par médias, par produits ou par masses budgétaires

. Définir les volumes et les méthodes de recueil d'informations

. Mettre en place les actions de récupération d'informations auprès des forces de vente

. Les données "temps réel" et les données de synthèse

. Utiliser le CRM pour mieux définir une variable

. Piocher dans la masse des données de la société (système d'information et BDD)

Utiliser les tableaux de bord au quotidien

. Évaluer, contrôler, ajuster et recadrer

Pédagogie

Active et participative (PPO) alternant les apports théoriques et pratiques avec une mise en commun des expériences des participants

Supports de stage

Support de stage et d'exercices

Certificat de stage

Certificat de fin de stage

Tests de certification

Aucun

Animateur

Consultant - Formateur

Approfondir ▼

Avant MKT03 MKT05

Latéral - -

Après - -

Prix HT du stage

Stage : 1 897 €

option : 105 €

Informations et**Inscriptions**

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

► Dates des sessions 2007

19 au 23 mars

18 au 22 juin

10 au 14 décembre

Planifiez votre évolution et celle de vos collaborateurs avec Dotshaper

Dates des sessions

2007

Planifiez vos stages sur plus de 3 années

2007	2008	2009	2010
▶ Sessions 2007 <input type="checkbox"/> 19 au 23 mars N° 514 <input type="checkbox"/> 18 au 22 juin N° 515 <input type="checkbox"/> 10 au 14 décembre N° 516	▶ Sessions 2008 <input type="checkbox"/> 17 au 21 mars N° 709 <input type="checkbox"/> 16 au 20 juin N° 710 <input type="checkbox"/> 8 au 12 décembre N° 711	▶ Sessions 2009 <input type="checkbox"/> 16 au 20 mars N° 904 <input type="checkbox"/> 15 au 19 juin N° 905 <input type="checkbox"/> 7 au 11 décembre N° 906	▶ Sessions 2010 <input type="checkbox"/> 15 au 19 mars N° 1099 <input type="checkbox"/> 14 au 18 juin N° 1100 <input type="checkbox"/> 6 au 10 décembre N° 1101

Filière pour Approfondir ▼
Avant MKT03 MKT05

Latéral - -

Après - -

Réservez aujourd'hui tous vos stages, sur plusieurs années et Réalisez des économies importantes*

Prix HT du stage

tarif valable jusqu'à fin 2007

Stage : 1 897 €

option : 105 €

Commandez tous vos stages interentreprises aux prix actuels*.

Informations et Inscriptions

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

* Par exemple :

Vous commandez plusieurs stages qui auront lieu les années suivantes, vous ne payerez que le prix indiqué ci-contre.

Choisissez vos dates de session et faxez ce document au 01.76.60.66.11

Votre N° de téléphone

Société

Date

Stagiaires : Civilité, Nom, Prénom

N° de session

Date session

Stagiaires : Civilité, Nom, Prénom	N° de session	Date session

 Nom et qualité du décisionnaire,
Signature et tampon de votre société

* Tarifs indexés à la date de commande, applicables aux sociétés ne disposant pas de conditions de ventes particulières. Sessions réglées le 1er jour de l'année de réalisation du stage