

Objectif

Acquérir les méthodes et les pratiques de base du marketing produit et service.

Prérequis

Avoir un objectif marketing est un plus

Destinataires

Tout collaborateur ayant une fonction marketing produit ou service ou désirant découvrir les bases du marketing

Plan du stage

Qu'est-ce que le marketing ?

Quels sont les objectifs du marketing dans l'entreprise ?

Quelles sont les méthodes du marketing ?

Les clients et les notions rattachées à l'approche des clients

- . Acquérir la notion de client
- . Définir une segmentation des clients
- . Définir une cible client

Les besoins des clients

- . Comment déterminer les besoins ?
- . Être à l'écoute des besoins
- . Répondre à des besoins

Les marchés et la concurrence

- . Qu'est-ce qu'un marché et un concurrent ?
- . Situer ses marchés entre les marchés "généralistes" et les marchés de "niche"
- . Analyse des concurrents

Les produits

- . Qu'est-ce qu'un produit au sens marketing
- . Différencier les notions de produit et de produit/service
- . Les produits industriels (professionnels) et les produits de grande consommation

Les outils du marketing

La publicité, outil du marketing

Les grands médias marketing : Presse, TV, radio et affichage

Le marketing direct, outil du marketing

- . Le téléphone, le mailing, le faxing, l'e-mailing, le sms et les technologies de CRM ...

Le merchandising, outil du marketing

- . Promotions, PLV, packing, packaging, ...

La communication, outil du marketing

- . Les relais d'opinions, les réseaux, les partenaires, les lobbyistes ...

L'informatique interne et les NTIC outils du marketing

- . La notion de données et de fichiers
- . Le système d'information
- . Le CRM

Le "mix" marketing, les PPPD (Prix, Produit, Promotion et Distribution)

- . Définir un mix marketing
- . Mettre en place et suivre son mix

Le marketing des produits et des services

- . Quelles sont les grandes différences ?
- . Pourquoi les processus d'intégration du marketing dans la vie des produits sont-ils plus contraignants que pour un service ?
- . "Marketer" ses services, donner de la valeur à des produits/services
- . Mettre en place un Plan d'Actions Commerciales (PAC)

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 - -

Latéral - -

Après MKT03 MKT05
MKT04

Prix HT du stage

Stage : 1 327 €

option : 63 €

Informations et Inscriptions

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

► Dates des sessions 2007

8 au 10 janvier

19 au 21 février

16 au 18 avril

21 au 23 mai

10 au 12 septembre

22 au 24 octobre

12 au 14 novembre

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"/> 8 au 10 janvier (N° 582) <input type="checkbox"/> 19 au 21 février (N° 496) <input type="checkbox"/> 16 au 18 avril (N° 497) <input type="checkbox"/> 21 au 23 mai (N° 498) <input type="checkbox"/> 10 au 12 septembre (N° 499) <input type="checkbox"/> 22 au 24 octobre (N° 500) <input type="checkbox"/> 12 au 14 novembre (N° 501)	▶ Sessions 2008 <input type="checkbox"/> 7 au 9 janvier (N° 777) <input type="checkbox"/> 18 au 20 février (N° 691) <input type="checkbox"/> 14 au 16 avril (N° 692) <input type="checkbox"/> 19 au 21 mai (N° 693) <input type="checkbox"/> 8 au 10 septembre (N° 694) <input type="checkbox"/> 20 au 22 octobre (N° 695) <input type="checkbox"/> 12 au 14 novembre (N° 696)	▶ Sessions 2009 <input type="checkbox"/> 12 au 14 janvier (N° 972) <input type="checkbox"/> 16 au 18 février (N° 886) <input type="checkbox"/> 14 au 16 avril (N° 887) <input type="checkbox"/> 18 au 20 mai (N° 888) <input type="checkbox"/> 7 au 9 septembre (N° 889) <input type="checkbox"/> 19 au 21 octobre (N° 890) <input type="checkbox"/> 12 au 14 novembre (N° 891)	▶ Sessions 2010 <input type="checkbox"/> 11 au 13 janvier (N° 1167) <input type="checkbox"/> 15 au 17 février (N° 1081) <input type="checkbox"/> 12 au 14 avril (N° 1082) <input type="checkbox"/> 17 au 19 mai (N° 1083) <input type="checkbox"/> 6 au 8 septembre (N° 1084) <input type="checkbox"/> 18 au 20 octobre (N° 1085) <input type="checkbox"/> 8 au 10 novembre (N° 1086)

Stage parfaitement adapté au DIF

Filière pour Approfondir ▼

Avant	-	-
Latéral	-	-
Après	MKT03	MKT05
	MKT04	

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

* Par exemple :

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

Prix HT du stage

tarif valable jusqu'à fin 2007

Stage : 1 327 €

 option : 63 €

Commandez tous vos stages interentreprises aux prix actuels*.

Informations et Inscriptions

www.dotshaper.com

Tél. 08 70 25 3005

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 décideur,
Signature et tampon de votre société

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