

## FORMATION

# « Élaboration d'une Stratégie Marketing »

### Contexte

Dans un environnement commercial de plus en plus compétitif, les entreprises doivent se démarquer pour attirer et fidéliser leur clientèle. Une stratégie marketing bien élaborée est essentielle pour naviguer dans ce contexte dynamique, permettant aux entreprises non seulement de se positionner efficacement sur le marché, mais aussi de maximiser leur rentabilité.

### Objectifs

- Comprendre les fondements d'une stratégie marketing efficace.
- Connaître les outils et techniques d'analyse de marché.
- Identifier les opportunités pour positionner et différencier votre marque sur le marché.

### Public

**Responsables marketing** : En charge de la stratégie marketing de l'entreprise, souhaitant perfectionner leurs compétences en analyse de marché et en positionnement stratégique.

**Chefs de produit** : Responsables du développement et du cycle de vie des produits, cherchant à améliorer leur expertise en stratégie de produit et en tarification.

**Entrepreneurs** : Dirigeant leur propre entreprise, désireux d'acquérir des compétences stratégiques pour renforcer la compétitivité de leur marque sur le marché.

**Dirigeants de PME** : Gestionnaires d'entreprises en croissance, souhaitant structurer et optimiser leur approche marketing pour maximiser leur rentabilité.

### Prérequis

Une compréhension générale des principes fondamentaux du marketing est recommandée pour tirer le meilleur parti de cette formation.

### Durée

16 heures

## Contenu

<b>1<sup>ère</sup> partie</b>	<b>Introduction à la stratégie marketing</b>
<b>objectifs</b>	<b>Comprendre les principes fondamentaux et l'importance d'une stratégie marketing pour le succès global de l'entreprise.</b>
<b>Contenu</b>	1.1 Définition et importance d'une stratégie marketing 1.2 Les composantes essentielles d'une stratégie marketing 1.3 Différence entre stratégie et planification marketing 1.4 Rôle de la stratégie marketing dans la réussite de l'entreprise
<b>Outils pédagogiques et exercices de mise en pratique</b>	<b>Outils pédagogiques :</b> Présentation interactive : Présentation & vidéo Études de cas sur des entreprises ayant réussi grâce à une stratégie marketing efficace  <b>Exercices de mise en pratique :</b> Atelier de définition de la stratégie marketing pour une entreprise fictive ou réelle Discussion de groupe sur les différences entre stratégie et planification marketing, avec des exemples tirés de l'expérience des participants

<b>2<sup>ème</sup> partie</b>	<b>Analyse du marché et des concurrents</b>
<b>Objectifs</b>	<b>Acquérir les compétences nécessaires pour effectuer une analyse approfondie du marché et des concurrents afin de révéler des opportunités stratégiques.</b>
<b>Contenu</b>	2.1 Étude de marché : méthodologies et outils 2.2 Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) 2.3 Segmentation du marché et ciblage 2.4 Analyse de la concurrence et différenciation
<b>Outils pédagogiques et exercices de mise en pratique</b>	<b>Outils pédagogiques :</b> Présentation interactive : Présentation & vidéo Fiches méthodologiques sur l'analyse SWOT et la segmentation de marché  <b>Exercices de mise en pratique :</b> Réalisation d'une analyse SWOT pour une entreprise choisie par les participants Exercice de segmentation de marché en définissant des personas clients

<b>3<sup>ème</sup> partie</b>	<b>Positionnement et branding</b>
<b>Objectifs</b>	<b>Développer la capacité à positionner efficacement une marque sur le marché et à construire une image de marque forte et cohérente.</b>
<b>Contenu</b>	3.1 Définir le positionnement de la marque 3.2 Stratégies de branding et construction de l'image de marque 3.3 Création de la proposition de valeur 3.4 Cas pratiques : Exemples de positionnement réussi
<b>Outils pédagogiques et exercices de mise en pratique</b>	<p><b>Outils pédagogiques :</b> Présentation interactive : Présentation &amp; vidéo Cartes de positionnement pour visualiser le positionnement des marques</p> <p><b>Exercices de mise en pratique :</b> Création d'un positionnement pour une marque fictive, suivi d'une présentation aux autres participants Étude de cas comparant des stratégies de branding réussies et ratées</p>

<b>4<sup>ème</sup> partie</b>	<b>Élaboration de la stratégie de produit et de prix</b>
<b>Objectifs</b>	<b>Maîtriser les méthodes de développement de produits et de fixation des prix pour optimiser la compétitivité sur le marché.</b>
<b>Contenu</b>	4.1 Développement de produits et gestion du cycle de vie 4.2 Stratégies de tarification : méthodes et considérations 4.3 Positionnement de prix par rapport à la concurrence 4.4 Impact de la stratégie de prix sur le marché
<b>Outils pédagogiques et exercices de mise en pratique</b>	<p><b>Outils pédagogiques :</b> Présentation interactive : Présentation &amp; vidéo Exemples de stratégies de prix utilisées par différentes industries</p> <p><b>Exercices de mise en pratique :</b> Simulation de développement d'un produit avec gestion de son cycle de vie Atelier sur l'ajustement des prix en fonction de scénarios de marché simulés</p>

<b>5<sup>ème</sup> partie</b>	<b>Stratégies de communication et de promotion</b>
<b>Objectifs</b>	<b>Apprendre à concevoir et à mettre en œuvre des stratégies de communication et de promotion efficaces pour atteindre les objectifs marketing de l'entreprise.</b>
<b>Contenu</b>	5.1 Choix des canaux de communication 5.2 Développement du message marketing 5.3 Planification des campagnes promotionnelles 5.4 Mesure et analyse de l'efficacité des campagnes
<b>Outils pédagogiques et exercices de mise en pratique</b>	<b>Outils pédagogiques :</b> Présentation interactive : Présentation & vidéo. Outils d'analyse de performance des campagnes publicitaires (Google Analytics, etc.)  <b>Exercices de mise en pratique :</b> Création d'un plan de communication pour une campagne marketing spécifique Développement d'un message marketing adapté à différents canaux de communication

### Moyens pédagogiques

Au Centre DOCEO à Papeete : une des salles de DOCEO adaptée au nombre de participants  
Avec l'expérience, le nombre idéal pour cette formation peut varier de 5 à 8 participants par session.  
Les exercices et la progression pédagogique ont été travaillés et affinés avec de très nombreux polynésiens à Tahiti et dans les îles. Dans les îles, nous emportons un projecteur.



DOCEO Formation dispose de licences complètes de Microsoft 365 : Word, Excel, Powerpoint, Outlook, etc. Nos PC sont équipés de Windows 10 et Windows 11.



DOCEO Formation utilise des **écrans interactifs de 55" et 65"** dans ses salles de formation. *Ces écrans remplacent les vidéoprojecteurs et permettent différents types d'interactivités avec les stagiaires.*



DOCEO Formation dispose d'un parc d'ordinateurs portables, mis à la disposition des participants durant la formation. Pour les formations dans les îles : 1 jeu d'ordinateurs déplaçables dédiés aux formations hors de Papeete.



Le réseau interne de DOCEO Formation est relié à Internet par la fibre Haut débit.

### Evaluation – Attestation – Certification

Une attestation de suivi de formation sera remise à chaque participant ayant suivi l'intégralité de la formation.  
Une évaluation à chaud de fin de formation sera remise par DOCEO et complétée par chaque participant.

### Les PLUS DOCEO

- La formation est réalisée par un intervenant professionnel **Kévin GERMON de Karé conseil**.