

Stratégie Marketing

Concevoir ses supports Commerciaux

PROGRAMME



PUBLIC

Tout public



PRÉ-REQUIS

Aucun



DURÉE

2 jours –14 heures



MODALITÉS

Présentiel



TYPE DE VALIDATION

Le stagiaire ayant suivi l'intégralité de la formation et fait l'objet d'une évaluation favorable obtiendra la délivrance par l'organisme de formation d'un certificat.

» CONTEXTE

- Cette formation est utile à toute personne souhaitant connaître les bases pour mettre en place une stratégie marketing, la déployer et l'analyser.

» RÉSULTATS ATTENDUS

- Avoir les clés pour créer une stratégie marketing et concevoir vos principaux supports de communication.

» OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir son objectif et sa cible
- Optimiser l'impact des mots
- Rendre son support attractif
- Évaluer l'efficacité de son support

» MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Démonstratives
- Echanges
- Exposés
- Applicatives



DATES ET LIEUX

- En nos locaux
- Ou en vos locaux



TARIFS NOUS CONSULTER



INTERVENANT Formateur diplômé d'une école de commerce



L'OF est accessible aux personnes en situation de handicap. Nous nous tenons à votre écoute pour évaluer la faisabilité de votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements nécessaires et possibles.

Stratégie Marketing

Concevoir ses supports Commerciaux

PROGRAMME

APRÈS UNE PRÉSENTATION DU PROGRAMME, DU FORMATEUR ET DES PARTICIPANTS, CETTE FORMATION PERMETTRA D'ÊTRE CAPABLE DE :

(2 JOURS)

JOUR 1

- **1. Stratégie Marketing**

les enjeux d'une stratégie de marketing
les 03 étapes principales du marketing stratégique
Evaluer les opportunités du marché existant ou ciblé
Les différentes options de stratégie marketing
Les tendances marketing online et offline.

- **2. Le client au coeur de la stratégie marketing**

Analyse et cartographie du parcours client
- 5 dimensions clés - le parcours global
- Le parcours actuel Combinaisons online
- Offline les stratégies qui fonctionnent La stratégie marketing omnicanal

- **3. Définir son objectif et sa cible**

AU FONDEMENT DE LA DÉMARCHE : UN QUESTIONNEMENT

Les Axes D'actions tactiques :
Identifiez vos cibles : archetype client ou «personae»
Le Mix marketing 4P/4C
Fixez des objectifs et piloter
Les actions marketing
CHECK-LIST DES QUESTIONS À SE POSER
bilan de fin de journée

Stratégie Marketing

Concevoir ses supports Commerciaux

PROGRAMME

APRÈS UNE PRÉSENTATION DU PROGRAMME, DU FORMATEUR ET DES PARTICIPANTS, CETTE FORMATION PERMETTRA D'ÊTRE CAPABLE DE :

(2 JOURS)

JOUR 2

Rappel des acquis de la journée 1

- **4. Optimiser l'impact des mots**

Objectif de mon contenu

22 Raisons d'acheter un produit et ou service

Methode AIDA

Outils et méthodes d'une argumentation efficace

Hiérarchiser et créer des messages impactants

Mise en situation : Rédaction de messages à fort impact pour un support print •CHECK LIST : 16 Critères de réussite .

- **5. L'attrait des supports**

Les règles de base de la communication visuelle online offline

Le pouvoir de l'image

Règles de mise en page et d'équilibre

Le chemin visuel, le sens de lecture

La typographie

L'alignement

La symbolique des couleurs

les zones de repos - Créez une rupture visuelle APPLICATION : ILLUSTRER ET METTRE EN PAGE UNE BROCHURE CHECK-LIST ET UNE CARTE DE VISITE

- **6. Mesurez et Evaluez l'efficacité d'une campagne via le KPI**

Calculez le ROI: Retour sur investissement

Construire et piloter avec un dashboard Marketing

APPLICATION : définir les indicateurs d'efficacité pour une brochure

Test de connaissances

Evaluation des connaissances sur les deux jours , rappel et consolidation des acquis

Bilan de fin de formation

- tour de table échanges évaluation de la satisfaction