



Organisme de Formation Européen Linguistique et Informatique

# INITIATION AU MARKETING

## Présentation :

Le **marketing** (on utilise aussi plus rarement le terme français **mercatique**) est une discipline qui cherche à déterminer ses offres de biens et services en fonction des attitudes des consommateurs et à favoriser leur commercialisation. Il comporte un ensemble de méthodes et de moyens dont dispose une organisation pour s'adapter aux publics auxquels elle s'intéresse, et pour utiliser, voire susciter, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs.

Ce programme met en avant certains des thèmes qui pourront être développés lors de ce stage, le programme définitif sera établi au travers d'un audit individualisé.

## Durée :

A déterminer au travers d'un audit personnalisé

## Objectifs :

Selon Audit

## Pré requis :

Aucun

## Public :

Tous

## PROGRAMME :

### INITIATION AU MARKETING (env. 2 jours)

#### Le marketing : pour quoi faire ?

- La démarche marketing : les enjeux.
- Les évolutions du marketing : marketing One to One, relationnel et CRM.
- Les trois missions du marketing : diagnostiquer, recommander et mettre en œuvre.

#### Le diagnostic marketing

- Le Système d'Information Marketing : quelles informations récolter, avec quels outils, quelles études ?
- Formalisation du diagnostic marketing sous la forme de la matrice SWOT.

#### La stratégie marketing

- Les étapes pour bâtir la stratégie marketing et les règles à retenir.
- Segmentation et ciblage marketing.
- Positionnement et mix-marketing : un impératif de pertinence et de cohérence.

#### Le mix marketing

- Les quatre P : Produits, Prix, Place, Promotion.
- Les recommandations du marketing : compétitivité du produit, attraction du prix, impact de la communication et choix du réseau de distribution.

#### Le plan marketing

- Le plan marketing : quand, comment, qui ?
- Les outils de pilotage et de contrôle de l'activité.
- Faire le bilan de la culture marketing dans son entreprise.
- Le marketing dans la politique générale de l'entreprise.
- Les interactions du marketing avec les autres services de l'entreprise.

OFELI – SARL au capital de 7500€

26, Rue des Rigoles – 75020 PARIS

Tel : 01.43.60.39.22 Fax : 01.43.60.35.91

Siret : 488 148 933 00010 No de déclaration : 1175 40502 75

[www.ofeli.fr](http://www.ofeli.fr)