

Le marketing des services



Durée conseillée

2 jours soit 14 heures

Tarif selon devis



www.abisformation.fr

MARKETING

Aujourd'hui, en France, le secteur des services représente plus de 70% du PIB et occupe plus de deux personnes sur trois. La notion de service est devenue la clé de voûte de l'économie.

Ce module permettra à tous les professionnels du marketing en poste dans des entreprises de service de maîtriser les spécificités propres au marketing des services.

CONTENU

■ Comprendre les services et l'environnement de l'entreprise

- Les spécificités liées aux catégories de services
- Les principes fondateurs du marketing des services
- Créer un service
- Identifier et segmenter son marché
- Positionner les services sur des marchés concurrentiels
- Connaître et s'adapter au comportement des consommateurs
- Effectuer l'analyse du cycle de vie d'un service

■ Définir et gérer son offre de services

- Identifier les «7P» : Produit, Production, Personnel, Prix, Preuve, Promotion, Place
- Définir le mix services
 - Définir les services créateurs de valeur
 - Le prix des services
 - La distribution des services
 - La communication des services
- Organiser la stratégie de clientèle
- Diagnostic et plan d'action sur les clients cibles et critiques

■ Mettre en œuvre la stratégie marketing dans les services

- De la satisfaction à la fidélisation client
 - Les déterminants de la valeur perçue par le client
 - Les composantes de la satisfaction et de la fidélité client
 - Méthodes et outils de fidélisation
 - Le retour d'informations des clients
- L'amélioration de la qualité et de la productivité des services
- L'organisation de la conduite des activités de services

■ Perspectives et développements du marketing des services

- L'approche de la gestion de la relation client
- Le domaine des services de proximité
- L'outil Internet et le webmarketing

Références bibliographiques

Marketing des services

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Denis Lapert,
Pearson Education - 05/2008

Format

Sur-mesure
Groupe de 12 stagiaires maximum

Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables :

- De connaître et utiliser les outils et méthodes du marketing spécifiques à la gestion d'une activité de service
- D'élaborer et positionner son offre de service
- De mettre en œuvre sa stratégie marketing dans les services

Public

Responsables marketing et commerciaux d'entreprises de service, Chefs de produit

Pré-requis

Maîtriser les notions fondamentales de marketing

Profil Intervenant

Formateur junior, senior ou expert

- Ayant minimum 10 ans d'expérience professionnelle
- Jusqu'à plus de 10 ans d'animation de formation
- Recrutés selon un processus de sélection normé

Pédagogie

- Démarches : déductive, inductive, dialectique
- Méthodes : démonstrative, interrogative, expositive, découverte, analogique
- Formation-action

Formations complémentaires

Le marketing direct
Le marketing opérationnel

Nos pratiques qualité

- Personnalisation du contenu de formation possible, en fonction des objectifs du Client
- Remise d'un support pédagogique personnalisé et d'une attestation de fin de formation à chaque stagiaire

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION sont concepteurs de ce contenu

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION - 27 rue de la Bienfaisance 75008 PARIS - Tél : 01 44 70 01 69 / Fax : 01 44 70 01 79
ABIS FORMATION : Sarl au capital de 10 710 € - Siret : 443 421 284 000 29 - ABIS INSTITUTION : Sarl au capital de 3 000 € - Siret : 499 850 089 000 16