

# Marketing pour dirigeants de PME : trouver sa place sur son marché et le conquérir



Durée conseillée

**2 jours** soit 14 heures

Tarif selon devis

**MARKETING**



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

Comprendre ce qui fait nos forces, pallier nos faiblesses et savoir se présenter pour donner envie. Comprendre de quoi se compose un produit pour réussir le développement de son offre. Comprendre à qui s'adresser et comment pour multiplier ses chances de conclure. Ce module vous permettra de trouver votre place sur le marché et vous donnera les outils pour le conquérir.

Format

**Sur-mesure**  
Groupe de 12 stagiaires maximum

## CONTENU

- Introduction : les origines du marketing
  - Comment pratique-t-on le marketing ?
  - Conduire un projet marketing : objectifs, moyens, plans résultats, analyse des écarts
  - Pourquoi une étude de marché : objectifs et périmètre de l'étude
- Quelle est la chaîne de valeur de l'entreprise et quelles influences s'exercent sur cette chaîne?
  - Fournisseurs, clients, concurrents, entrants, substituts
  - Analyse de l'environnement : technologique, politique, règlementaire, culturelle, démographique et social
  - Qu'est-ce qu'un prescripteur ? Qui peut l'être ?
- Analyse de la concurrence
  - Enjeux, où trouver les informations
  - Offre / Cible / Distribution / Communication du concurrent
- L'analyse SWOT
  - Forces/Faiblesse
  - Opportunités/Menaces
  - Choisir son positionnement
  - Déterminer son territoire de communication
  - Déterminer sa cible et son offre
- Qu'est-ce que la marketing mix ?
  - Les 4P : Product, Price, Place, Promotion
  - Lancement de nouveaux produits
  - Produits complémentaires
  - Abandon de produits
- Le plan marketing
  - Segmentation de marché et plan d'action
  - Outils de communication
  - La négociation intelligente des budgets de réalisation
  - L'organisation de la production: film / radio / Presse affichage
  - L'optimisation des campagnes par le contrôle des résultats

## Objectifs

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

- De comprendre les enjeux du marketing
- D'analyser le Mix des concurrents
- D'établir son analyse SWOT
- De définir son marketing Mix
- De définir son plan marketing

## Public

Dirigeants, créateurs d'entreprise, responsable marketing, directeur commercial de PME

## Pré-requis

Aucun

## 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 - règles, techniques et outils  
Bien connaître son marché  
Webmarketing

## 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

## Références bibliographiques

**50 outils de pilotage pour les PME**  
Yves Pariot  
Editions d'Organisation - 11/2009

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