

PROGRAMME DE FORMATION



Structurer sa stratégie marketing pour renforcer la visibilité de son entreprise

il était **UNE**
com

1. PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse aux professionnels souhaitant structurer leur stratégie marketing afin de renforcer la visibilité de leur entreprise et de mieux comprendre les leviers de communication à leur disposition. Elle permet d'acquérir une méthodologie claire pour analyser sa situation, définir des objectifs cohérents et construire une stratégie marketing adaptée à son activité, à ses ressources et à ses contraintes.

La formation est construite de manière progressive et opérationnelle, en s'appuyant sur des exemples concrets, des études de cas et des exercices appliqués au projet du participant.

2. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre les fondamentaux d'une stratégie marketing efficace
- Analyser sa situation actuelle et son positionnement
- Définir des objectifs marketing clairs et réalistes
- Identifier les leviers de communication adaptés à son activité
- Structurer une stratégie marketing cohérente et actionnable

3. PUBLIC CONCERNÉ

- Entrepreneurs
- Indépendants
- Dirigeants de TPE / PME
- Porteurs de projet
- Chargés de communication souhaitant structurer leur approche marketing

4. PRÉREQUIS

- Avoir un projet professionnel ou une activité existante
- Aucun prérequis technique spécifique

5. COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

- Analyser son environnement et son positionnement marketing
- Structurer une stratégie marketing adaptée à son entreprise
- Identifier et prioriser les actions de communication à mettre en œuvre

6. DURÉE ET FORMATS PROPOSÉS

La durée de la formation est définie à l'issue de l'analyse du besoin et peut être adaptée selon le niveau et les objectifs du bénéficiaire.

- Format court : 7 heures (1 jour)
- Format standard : 14 heures (2 jours)
- Format approfondi : 21 heures (3 jours)

La formation est proposée en présentiel ou à distance.

7. DÉLAI D'ACCÈS

Accès à la formation dans un délai de 72 heures après validation du devis et des documents contractuels.

8. MOYENS PÉDAGOGIQUES MOBILISÉS

- Apports théoriques
- Études de cas
- Exercices pratiques
- Mises en situation
- Supports pédagogiques remis au stagiaire

La formation alterne apports théoriques et mises en pratique afin de favoriser l'appropriation des compétences par le participant.

9. MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Exercices pratiques
- Étude de cas appliquée au projet du participant
- Évaluation des acquis en fin de formation, à travers un exercice de synthèse ou une étude de cas appliquée au projet du participant.

Un questionnaire de satisfaction est remis au participant à l'issue de la formation.

10. TARIF

À partir de **990 € par jour de formation**, selon la durée et les modalités définies après analyse du besoin.

11. ACCESSIBILITÉ

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Référent handicap : Aure Briand-Lyard

Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques si vous êtes en situation de handicap.

12. PROGRAMME INDICATIF DÉTAILLÉ

Le programme est construit de manière progressive.

- Le format 7 heures correspond au jour 1.
- Le format 14 heures comprend les jours 1 et 2.
- Le format 21 heures comprend les jours 1, 2 et 3.

PROGRAMME INDICATIF

JOUR 1 (7 H)

LES FONDAMENTAUX DE LA STRATÉGIE MARKETING

Comprendre les bases du marketing

- Définitions et rôles du marketing dans l'entreprise
- Différence entre marketing, communication et commercial
- Enjeux de la visibilité pour une entreprise

Analyser son entreprise et son environnement

- Identification de son activité, de son offre et de ses valeurs
- Analyse de la cible et des besoins clients
- Analyse de l'environnement et du positionnement

Définir son positionnement et sa proposition de valeur

- Clarification de la proposition de valeur
- Différenciation face à la concurrence
- Alignement entre positionnement et communication

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Analyser la situation marketing de son entreprise
- Définir un positionnement cohérent et différenciant

PROGRAMME INDICATIF

JOUR 2 (7 H)

LA CONSTRUCTION DE LA STRATÉGIE MARKETING

Définir des objectifs marketing clairs et cohérents

- Comprendre la notion d'objectifs marketing
- Définir des objectifs réalistes et atteignables
- Prioriser les objectifs en fonction des ressources disponibles

Identifier et sélectionner les bons leviers de communication

- Présentation des principaux leviers de communication
- Analyse des canaux adaptés à son activité et à sa cible
- Choix des leviers en cohérence avec les objectifs définis

Structurer un plan d'actions marketing

- Construction d'un plan d'actions marketing
- Hiérarchisation des actions à mettre en œuvre
- Planification des actions dans le temps

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Définir des objectifs marketing clairs et adaptés à son entreprise
- Structurer un plan d'actions marketing cohérent et réaliste

PROGRAMME INDICATIF

JOUR 3 (7 H)

LE PILOTAGE ET L'AJUSTEMENT DE LA STRATÉGIE MARKETING

Suivre et analyser les actions marketing

- Identifier les indicateurs de suivi pertinents
- Comprendre les notions de performance et de résultats
- Analyser les données issues des actions marketing

Ajuster la stratégie en fonction des résultats

- Interpréter les résultats obtenus
- Identifier les axes d'amélioration
- Adapter la stratégie marketing aux évolutions observées

Pérenniser et faire évoluer sa stratégie marketing

- Structurer une démarche marketing sur le long terme
- Anticiper les évolutions de son activité et de son marché
- Maintenir la cohérence de sa communication dans le temps

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Analyser l'efficacité des actions marketing mises en place
- Ajuster et faire évoluer sa stratégie marketing de manière autonome

INFORMATIONS & RÉSERVATION

agenceiletaitunecom.com

il était **UNE**
com