

# Marketing pour non-marketeur

## 7 clés pour contribuer efficacement à la performance marketing

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier le rôle et la contribution du marketing au sein de l'entreprise.
- Devenir acteur du processus et de la performance marketing.

### INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 8

Réf : 4020

### POUR QUI

- Toute personne en charge de projet marketing et communication qui ne dispose pas d'une

formation à ces métiers.

- Aucun prérequis

### PROGRAMME

---

#### Jour 1

- 1 - Le marketing : pour quoi faire ?
  - Les étapes du process marketing.
  - Les 3 leviers de la création de valeur : valeur client, valeur économique, impact social et environnemental.
- 2 - La nouvelle donne du marketing
  - Les nouveaux comportements clients.
  - Les attentes liées à la responsabilité sociétales des entreprises.
  - L'impact des technologies et de l'intelligence artificielle : le marketing data driven.
- 3 - Le diagnostic marketing
  - Les étapes du diagnostic marketing.
  - Détecter, anticiper : veille, études.
  - De l'analyse au diagnostic : la matrice SWOT.
- 4 - La stratégie marketing
  - Segmenter et cibler ses marchés prioritaires.
  - Clés de différenciation : REPERES.

#### Jour 2

- 5 - Le mix marketing digital et client
  - Définir une stratégie de communication omnicanale et responsable.
  - Les 6P et les 4C du mix marketing.
  - Enrichir ses contenus avec l'intelligence artificielle générative.
- 6 - Le plan marketing
  - Être acteur du plan marketing.
  - Identifier les bons outils de pilotage.
- 7 - Apporter sa contribution au marketing
  - Adopter une approche transversale du marketing.
  - Devenir un contributeur de la performance marketing.