

GAGNEZ EN CONFIANCE !

5Ps:Principes de Marketing

◆ Objectifs

La formation reprend et développe les 5 Piliers reconnu par tous les professionnels du Marketing. Largement inspiré des pratiques de la grande distribution, l'étude détaillée de chaque « P » est une analyse des raisons qui pousse chacun de nous à chercher le meilleur produit pour un usage donnée et comment les approches marketing regroupé sous le « marketing mix » vont influencer le comportement du client ou du consommateur.

◆ Prérequis

Connaissance sommaire du marché obtenue à partir du bac ES. Les BTS NRC ou BTS MUC trouveront un prolongement stratégiques dans les concepts. Les autres publics pourront décoder les messages portés par le publicité ou les campagnes marketing diffusées par les chaines audiovisuelles

◆ Public concerné

Bacheliers en économie. Créateurs d'entreprises. Vendeurs, vendeuses souhaitant acquérir une vision cohérente des pratiques de gestion de la clientèle.

◆ Durée de l'action

3 jours à raison de 2 séances par jour pour couvrir les 6 séances

◆ Lieu de l'action

Formation en présentiel
journées organisées sur le site du client

◆ Intervenant



Denis ROUSSET a 30 ans d'expérience dans la gestion de projets stratégiques à fort niveau de risque. Il a été Auditeur interne certifié ISO 9000 et QS 9000. Après être devenu formateur interne dans le cursus STUniversity sur les module de Marketing, Il a animé plusieurs formations en tant que vacataire à l'Université Joseph Fourier soit dans la LPRO soit à Polytech sur la Qualité Intégrée, la gestion de projets et plus généralement les fonctions de management d'une entreprise. Il est depuis 10 ans président du Conseil Administration de l'IUT1 de Grenoble.

GAGNEZ EN CONFIANCE !

Principes de Marketing

◆ Méthodes Pédagogiques

La formation s'articule autour d'exposés magistraux des principes essentiels entrecoupés d'exercices tirés de situations réelles de la vie de l'entreprise.

Des animations de groupe permettent une illustration des cas proposés par les stagiaires pour les aider à retrouver leur contexte quotidien.

◆ Moyens Pédagogiques et Techniques :

Support audio et vidéo par projection de planches type Powerpoint
Support papier permettant la prise de notes

Evaluation et suivi pédagogique

◆ Evaluations pédagogiques

Auto-évaluation par QCM de positionnement initial et final.
Evaluation continue par Quiz et exercice de mise en application sur la base d'exemples concrets à résoudre.

◆ Evaluation de la satisfaction

Cette formation est suivie par un questionnaire de satisfaction.
Les retours et réclamations clients font partie du processus de qualité et contribuent à l'amélioration continue.

Validation / Sanction pédagogique

Attestation de fin de formation / Formation non diplômante
Attestation d'accomplissement remis par l'Organisme de Formation

◆ Descriptif

0- Introduction : PESTEL et Typologie des Clients

1 - P1 : Positionnement Segments de Clientèle

les 3 C du commerce : Client, Commerce, Compétition

2 - P2 : Le Produit proposition de valeur

Proposer un service ou un produit adapté à la demande

Ajouter de la valeur grâce aux caractéristiques du produit

3 - P3 : Emplacement commercial et canaux de distribution

Agencement Magasin : Parcours du Client dans l'espace de vente

4 - P4 : Promotion et Relation Client

Méthode AIDA : Attirer, Entretenir et Fidéliser une clientèle

5 - P5 : Prix et Valeur : 2 notions à ne pas confondre

Influence du prix : Motiver une décision d'achat

Référence document :

KPD-QA18-0011DR

Révision 0.1 date 28 mars 2018

www.kamdeca.fr

KAmdeca