



# Marketing pour les nons marketers

Qui peut aujourd'hui se désintéresser du marketing dont la fonction est de conquérir et fidéliser les clients ?

*Jacques Lendrevie*

Le marketing, c'est la prise en compte du point de vue des consommateurs dans la stratégie des entreprises. Son but est d'instiller, à tous les niveaux de l'entreprise, la dimension client et de veiller à ce que ce dernier soit satisfait et respecté. Le but du marketing est d'imaginer et de mettre en oeuvre les politiques et les bonnes conduites à adopter par rapport au marché. Il veille à ce que chaque service oriente son activité vers la création de valeur pour les clients. Ce rôle central du marketing implique donc des relations avec chaque unité, relations qui, selon les cas, peuvent être plus ou moins bénéfiques, faciles ou douloureuses.

L'objectif de cette formation est de fournir aux non marketers les fondamentaux de ce métier afin de les aider à intégrer cette dimension fondamentale dans leurs décisions de tous les jours. L'ambition de ce stage est aussi d'améliorer les relations entre le département marketing et tous les autres services de l'entreprise. Une bonne connaissance du marketing favorise une meilleure compréhension mutuelle, une meilleure communication et par conséquent des échanges plus fructueux.

## Cette formation s'adresse à :

- des collaborateurs non spécialistes du marketing souhaitant comprendre le rôle du marketing et intégrer la dimension marketing dans leurs décisions, et la marche quotidienne de leur service (Service client, ventes, production, R&D...)
- des collaborateurs en contact régulier avec le marketing, désirant comprendre les décisions du marketing pour mieux collaborer avec ses responsables (services R&D, production, logistique, juridique, finances...)
- des collaborateurs qui envisagent de rejoindre le(s) département(s) marketing de leur entreprise

## À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- définir le marketing et d'expliquer son rôle et son utilité dans l'entreprise ainsi que ses limites
- comprendre le bien fondé des pratiques de marketing
- mieux dialoguer avec le(s) département(s) marketing

## Les bénéfices de cette formation pour vous et votre entreprise :

- intégration de la dimension marketing à tous les niveaux et meilleure prise en compte des besoins des clients pour asseoir les décisions sur les produits et services, sur les prix, la distribution et la communication
- meilleures interactions avec le(s) département(s) marketing grâce à une meilleure connaissance de cette fonction

## PARCOURS PÉDAGOGIQUE

### 1

#### Introduire les principes fondateurs du marketing

- Comprendre les notions de base du marketing
  - Maîtriser la définition du marketing
  - Connaître les éléments du marketing mix
- Identifier les moyens de connaître son marché
  - Comprendre le comportement des consommateurs
  - Recueillir les informations sur son marché (études)
  - Segmenter son marché pour mieux connaître ses principales composantes

### 2

#### Comprendre les stratégies et les programmes marketing

- Comprendre La stratégie marketing
  - Le positionnement des produits
  - Le positionnement des marques
  - La définition de la stratégie marketing
- Découvrir la mise en oeuvre de la stratégie
  - Le plan marketing
- Faire l'analyse de la stratégie marketing
  - L'audit



#### Méthode pédagogique Mentored Action Learning®

- Mise en situation réelle à travers une mission à réaliser pendant la formation
- Préparation de la mission et retour d'expérience encadré par un formateur certifié
- Outils et contenus en ligne CrossKnowledge, développés avec les meilleurs experts mondiaux du management et utilisés dans les plus grandes business schools
- Mesure de l'évolution de la compétence acquise en situation

DURÉE 20 HEURES SUR 3 MOIS

