FORMATION

LES FONDEMENTS D'UNE STRATÉGIE MARKETING RÉUSSIE POUR ATTEINDRE SA CIBLE.

Niveau : Débutant

Durée : 3 jour

Catégorie : Définir sa stratégie d'entreprise pour sa Page LinkedIn

Référence : IDL25CRFSMR

Formateur : Chloé Riou

07 63 19 82 12

jb.bodard@idlabs.fr

www.idlabs.fr

Description de la formation :

Trop souvent négligée, la **stratégie marketing** est pourtant essentielle pour garantir le succès d'une entreprise.
Avancer sans cap précis, c'est risqué ! Avant de chercher à vendre, prospecter ou se faire connaître, il est essentiel de **clarifier sa direction**.
Dans cette formation, nous allons poser **les fondations solides** d'une stratégie marketing efficace :

- **Fixer ses objectifs** pour une vision claire et mesurable
- **Définir son marché cible** pour parler aux bonnes personnes
- **Élaborer un plan d'actions marketing opérationnel** pour transformer ses ambitions en résultats concrets

Cette formation est **un véritable accélérateur** pour les entreprises en quête de structuration, mais aussi pour celles souhaitant se réinventer et dépasser un **plafond de verre**.

Poser une question par mail | **Réserver cette formation sur le site**

Objectifs

Objectif 01

Comprendre les bases d'une stratégie marketing alignée sur les objectifs d'entreprise

Objectif 02

Apprendre à cibler efficacement son marché et définir son positionnement

Objectif 03

Construire une stratégie marketing opérationnelle pour atteindre ses objectifs commerciaux

Modules de la formation

- **Comprendre les bases d'une stratégie marketing**
  - Définition et rôle du marketing dans l'entreprise
  - Identifier et fixer des objectifs clairs et mesurables
  - Analyser son marché et son environnement concurrentiel
- **Apprendre à cibler efficacement son marché et définir son positionnement**
  - Déterminer son **client idéal (persona)** et ses attentes
  - Se différencier : construire une **proposition de valeur impactante**
  - Comprendre les leviers d'acquisition et de fidélisation
- **Construire une stratégie marketing opérationnelle**
  - Élaborer un **plan d'actions marketing** en fonction de ses objectifs
  - Choisir les **bons canaux de communication et de vente**

Mesurer la performance et ajuster sa stratégie avec les bons indicateurs

Méthode pédagogique

Apport théorique
Mise en pratique sur son entreprise
Conseils pratiques et interaction avec le groupe (intelligence collective)
Quizz

Poser une question par mail

Réserver cette formation sur le site