

Les fondamentaux du marketing

PROGRAMME

Comprendre et structurer une étude de marché

- Définition et utilité du marketing
- Analyse de son environnement, identifier la réglementation liée à un projet
- Identifier et analyser ses concurrents, ses fournisseurs

Identifier sa clientèle

- Savoir recueillir des informations
- Identifier sa cible
- Décrire les caractéristiques d'une clientèle
- Segmenter sa clientèle

Préparer sa stratégie marketing

- Réaliser son diagnostic interne et externe
- Définir l'offre produits/services
- Définir le prix
- Etablir les canaux de distribution et de communication
- Réaliser un premier plan d'actions marketing et commercial

L'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients

- Fichier clients / prospects – Déterminer la valeur client
- Définition des besoins données typologie du profil client

PUBLIC
créateurs / repreneurs et dirigeants d'entreprise

HANDICAP
réfèrent Christophe BRIMMEL
entreprendre.handicap@bge-parif.com

PRÉREQUIS : avoir un projet de création d'entreprise

OBJECTIFS

- Acquérir les outils d'analyse du marché
- Sélectionner des données à recueillir en fonction du projet entrepreneurial
- Préparer la stratégie marketing et commerciale
- Identifier l'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients

DUREE
2 journées / 14 h

DELAIS D'ACCES
Inférieur à 2 semaines, sous réserve que les conditions de financement, de places disponibles soient validées

FORMATEUR expert

MODALITÉS D'EVALUATION

Exercices pratiques ciblés sur les besoins de chaque apprenant
Attestation de compétences