

Optimiser son Mix Marketing

Cours Pratique de 2 jours

Réf : MIX - Prix 2022 : 1 460€ HT

Le mix marketing rassemble différents leviers à actionner pour commercialiser avec succès un produit, un service ou promouvoir une marque. Dans cette formation, vous apprendrez à définir de façon optimale chacun des éléments du mix marketing et des 3 P des services et à réajuster un mix existant.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Construire un cahier des charges fonctionnel

Déterminer les conditions tarifaires

Identifier les canaux de distribution

Construire son plan de communication

Ajuster son mix marketing au cycle de vie du produit et à la concurrence

TRAVAUX PRATIQUES

Exemples, mise en commun d'expériences, ateliers de réflexion et de mise en oeuvre pratique, traitement de cas des participants.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 05/2022

1) Mix marketing : caractéristiques du produit ou du service

- Le nom de marque.
- Les fonctionnalités et les spécificités.
- Les caractéristiques physiques et le design.
- Le coût de revient.
- L'insertion dans la gamme existante.

Exercice : Construction d'un cahier des charges fonctionnel.

2) Mix marketing : le système de tarification

- Le positionnement prix (luxe, cadeau...).
- Les conditions tarifaires (prix, ristournes, rabais, remises).
- Les critères possibles de segmentation.
- Les marges compensées, la rentabilité et la contribution financière.

Etude de cas : Recherche de modes pertinents de tarification pour un service donné.

3) Mix marketing : la distribution

- Le choix des canaux.
- Le degré d'autonomie, d'engagement des (re)vendeurs.
- La couverture des territoires.
- Le trade marketing.
- Les outils d'aide à la vente.

Etude de cas : Vente directe avec commerciaux, ou indirecte avec un ou plusieurs canaux de distribution tiers.

4) Mix marketing : la communication

- Le choix des cibles.
- Les messages à faire passer.
- La charte graphique.

PARTICIPANTS

Directeurs et responsables marketing, chefs de produits, chefs de marchés, chefs de gammes, chefs de groupes, toute personne devant évoluer vers une fonction Marketing.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- L'optimisation du choix des canaux de communication : publicité, promotion des ventes, réseaux sociaux...

- Le bon dimensionnement des moyens.

Exercice : Critique d'un plan de communication.

5) Les 3 P des Services

- Le Personnel.

- La Participation du client.

- La Preuve.

Exercice : Déclinaison d'un mix marketing optimal pour un service associé à un produit.

6) Les précautions à prendre

- Cohérence et interdépendance des éléments du mix marketing.

- Adéquation du mix marketing avec le marché, les segments de clientèle visés, la situation concurrentielle.

7) Réajustement du mix marketing

- Optimiser son positionnement en fonction du cycle de vie des produits.

- Réajuster en fonction des actions de la concurrence.

- Mesurer l'atteinte des objectifs.

Exercice : Critique du mix marketing d'un produit ou service existant et indication de pistes d'optimisation.

LES DATES

PARIS LA DÉFENSE

2023 : 23 févr., 13 avr., 03 juil., 09 oct.

CLASSE A DISTANCE

2023 : 23 févr., 13 avr., 03 juil., 09 oct.