



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Concevoir et déployer une stratégie marketing

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

Positionner une stratégie marketing cohérente avec les objectifs de l'entreprise. Gérer un portefeuille d'activités en approchant l'environnement concurrentiel. Concilier les segmentations marketing et stratégique (produits-marchés / DAS, priorisation métiers). Positionnement de gammes. Outils d'aide à la décision.

Objectifs

- | Elaborer un diagnostic stratégique
- | Appliquer les matrices et outils d'aide à la décision
- | Evaluer l'environnement concurrentiel
- | Cibler les portefeuilles d'activités
- | Créer de la valeur

Public

- | cadres dirigeants en charge de la stratégie marketing de leur business unit
- | chefs d'entreprises
- | directeurs Marketing
- | responsables Marketing
- | chefs de produits
- | directeurs commerciaux

Prérequis

- | Connaissances de base en marketing.

Programme de la formation

Stratégie d'entreprise et stratégie marketing

- | Replacer le marketing stratégique dans la demande globale du marketing.
- | Le projet, la mission et les objectifs de l'entreprise.
- | Choix stratégiques et orientations de l'entreprise : cohérence, cadre de référence, indicateurs de résultats.

Le diagnostic stratégique

- | Le diagnostic de situation : démarche, principes clés.
- | Identification de l'environnement : analyse interne et externe.
- | Exercice Réalisation d'un diagnostic stratégique à partir d'une étude de cas.

Les outils d'aide à la décision

- | Les matrices d'aide à la décision (McKinsey, ADL, Porter...).
- | Les outils BtoB : RMC et RCA.
- | Exercice Exercices mettant en application les matrices et outils d'aide à la décision.

La segmentation stratégique

- | Gérer la segmentation marketing et la segmentation stratégique.
- | La définition des DAS.

Les stratégies concurrentielles

- | Evaluer l'environnement concurrentiel.
- | Le modèle de Porter, domination par les coûts, différenciation, segmentation.

Référence	MAS
Durée	3 jours (21h)
Tarif	2 100 €HT
Repas	repas inclus

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

- du 24 au 26 septembre 2025
- du 22 au 24 décembre 2025

PARIS

- du 17 au 19 septembre 2025
- du 15 au 17 décembre 2025

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

- | Les apports de Kotler (leader, challenger, suiveur, spécialiste)
- | Etude de cas A partir d'un scénario, analyse des principaux concurrents du marché.

les stratégies de portefeuille d'activités

- | Les modèles simplificateurs : BCG, Arthur D. Little.
- | Utiliser un modèle complexe : la grille attraits-atouts.
- | La matrice Ansoff. Positionnement et création de valeur
- | Positionnement et valeur de la marque : notions de compétence distinctive, d'image de marque et de valeur client.
- | Valeur perçue, valeur souhaitée.
- | Les scénarios et les projets vers les plans opérationnels.
- | Exercice Exercice de positionnement et création de valeur d'une gamme de produits et services d'une entreprise.

Méthode pédagogique

Chaque participant travaille sur un poste informatique qui lui est dédié. Un support de cours lui est remis soit en début soit en fin de cours. La théorie est complétée par des cas pratiques ou exercices corrigés et discutés avec le formateur. Le formateur projette une présentation pour animer la formation et reste disponible pour répondre à toutes les questions.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

- | Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
- | Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
- | Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
- | Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
- | Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
- | Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
- | Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
- | Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
- | Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité



Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.