



2  
Jours

## Le marketing des services

dans **MARKETING - MARKETING SECTORIEL** / Réf : **MRK-SECT-02**

### Objectifs de la formation

- Déterminer les spécificités du marché des prestataires de service
- Utiliser les outils et méthodes du marketing spécifiques à une activité de services
- Concevoir des actions marketing services orientées clients

### Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

#### Jour 1 - Matin

##### 1. Distinguer les atouts du marketing des services

- Spécificité des services : immatérialité, inséparabilité, périssabilité, hétérogénéité
- Relation complexe et interactive
- Décrypter le comportement et le processus de décision du consommateur de services

#### Jour 1 - Après-midi

##### 2. Adapter la stratégie marketing aux services

- Le cycle de vie des services
- Les spécificités de la segmentation en marketing des services
- Spécificité du processus de décision d'achat des prestations de services
- Mise en place de la participation du client
- Gérer la relation de service et le support physique
- Innover dans les services, et par les services

#### Jour 2 - Matin

##### 3. Gérer le positionnement de son offre : "le mix services"

SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274

GROUPE  
LEXOM

LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :

LEXOM

someformpro  
formation professionnelle

supipgv  
école supérieure

BIO  
FORMATION

DEFI3  
TRANSFORME VOS RESSOURCES EN FORMATION

ALTERCLASS

IRFA

FRANCE CARRIÈRE



- Définir le marketing mix d'une prestation de service
- Élaborer et fabriquer son service
- Passer d'une logique "produit" à une logique "service"
- Les déterminants de la valeur perçue par le client dans les services
- Stratégie et fixation des prix pour les prestations de services
- Stratégies partenariales dans les univers des services
- Communication, promotion (présentation de l'offre de service)

## Jour 2 - Après-midi

### 4. Définir une politique service orientée client

- Le One to One (cycle de la relation client)
- Mettre en place un Marketing Relationnel
- CRM et fidélisation
- Mesurer la qualité de service et la satisfaction client
- Les problématiques de management de la qualité d'une prestation de service
- Les tableaux de bord (indicateurs clés)

## Pré-requis

Aucune connaissance préalable n'est requise pour suivre cette formation

## Public cible

Chef de produit, chef de marché, chef de marque, responsable de marketing

## Pédagogie

## Méthodes pédagogiques



- Nos formateurs basent leur animation sur des techniques de pédagogie active, et si nécessaire sur des méthodes ludopédagogiques. Afin de renforcer l'apprentissage et d'optimiser une application pratique sur le terrain, les apprenants bénéficient d'exercices, cas concrets conçus par des professionnels de terrain, jeux de rôles, quizz, tests, adaptés au programme de formation.

## Modalités d'évaluation

- Une évaluation à chaud est effectuée en fin de formation par des tests permettant de valider la compréhension et l'intégration de la thématique par les apprenants; une évaluation à froid peut être proposée quelques mois après la formation afin de valider l'appropriation des méthodes et les changements obtenus à la suite de la formation.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

### SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274



### LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :



