



## 2 Le marketing spécifique des PME

Jours dans **MARKETING - MARKETING SECTORIEL** / Réf : **MRK-SECT-06**

### Objectifs de la formation

- Intégrer la démarche marketing d'une PME
- Utiliser des outils marketing pratiques et opérationnels pour booster son entreprise
- Développer ses ventes en optimisant l'action commerciale

### Programme de la formation

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

#### Jour 1 - Matin

##### 1. Appliquer les apports du marketing en PME

- Le rôle du marketing
- Marketing et création de valeur
- Le rôle et les enjeux du marketing et la TPE/PME
- L'orientation marché
- Les 3 marketings (stratégique, opérationnel, relationnel) et leur porosité

#### Jour 1 - Après-midi

##### 2. Etablir un diagnostic marketing

- L'analyse des marchés
- Le comportement des consommateurs
- La veille et la prévision
- Stratégie d'entreprise et stratégie marketing
- Analyse SWOT
- Analyse de son portefeuille d'activités
- Avantages concurrentiels et stratégie de différenciation
- La segmentation



- Définir son positionnement
- L'élaboration de la stratégie marketing

## Jour 2 - Matin

### 3. Spécifier le marketing mix à la TPE/PME

- De la vision de l'entreprise à la vision du client
- Optimiser ses gammes de produits et ses marques
- Définir une politique tarifaire en phase avec son marché
- Identifier le circuit de distribution qui touchera les cibles visées
- Le web marketing au service du mix

### 4. Construire le Plan d'Actions Marketing Terrain

- Développer un lien étroit avec le service commercial
- Créer des outils marketing au service de la vente
- Optimisation et négociation intelligente des budgets

## Jour 2 - Après-midi

### 5. Mener une communication ciblée avec un budget réduit

- Cartographie des supports de communication (mailing, e-mailing, newsletters, promotions, événementiel, salons, édition)
- Choisir les bons moyens de communication
- Optimisation par le contrôle des résultats

## Pré-requis

Aucune connaissance préalable n'est requise pour suivre cette formation

## Public cible



Toute personne désirant acquérir la démarche et les méthodes marketing pour son entreprise

## 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 :



