

## Construire son plan marketing

### PUBLIC

Directeurs et responsables marketing, dirigeants, chefs de produits, chefs de groupes, chefs de marchés

### OBJECTIFS

- Connaître les méthodes pour construire et présenter son plan marketing
- Structurer les principales étapes du plan
- Mettre en pratique la construction de son plan

### PROGRAMME

- Les enjeux du plan marketing
- Réaliser le diagnostic
- Élaborer le plan marketing
  - Définir sa stratégie
  - Fixer les objectifs et établir différents scénarios
  - Recommander un plan d'actions sur la base du mix marketing
- De la rédaction à la validation du plan
  - La forme du plan marketing
  - L'élaboration du budget
  - Intégrer les ratios financiers : marge, rentabilité

DURÉE (INTRA)  
2 jours

TARIF INTRA  
SUR DEVIS

## Marketing des services

### PUBLIC

Chefs de produits, chefs de marchés, responsables marketing, responsables commerciaux

### OBJECTIFS

- Formuler une offre et la communiquer selon les spécificités du marketing des services
- Utiliser les concepts du marketing des services pour renforcer sa force de proposition auprès de ses clients et de ses prospects

### PROGRAMME

- Comprendre les spécificités du marketing des services
- Mettre en œuvre les dimensions du marketing des services
- Identification et segmentation du marché
- Positionnement / concurrence
- Stratégie de clientèle
- Processus commercial
- Communication
- Application à partir d'un cas concret : définir son plan marketing des services

DURÉE (INTRA)  
2 à 6 jours

TARIF INTRA  
SUR DEVIS