



Fondamentaux du marketing

PUBLIC

Chefs de produits, chefs de marchés, responsables marketing

OBJECTIFS

- Acquérir une culture marketing
- Connaître les étapes successives et les outils-clés qui y sont associés
- Savoir réaliser un diagnostic marketing
- Savoir mettre en œuvre une démarche de marketing mix

PROGRAMME

- Définition du marketing
- Les différentes approches
- La place du marketing dans l'entreprise
- Savoir observer et analyser son marché
- Savoir faire des recommandations stratégiques
- Construire un plan d'action sur la base du mix-marketing

DURÉE (INTRA)

2 à 6 jours

TARIF INTRA
SUR DEVIS

Webmarketing et communication

PUBLIC

Chefs de produits, chefs de marchés, responsables communication et/ou marketing d'une PME

OBJECTIFS

- Appréhender les nouveaux comportements des consommateurs
- Savoir bâtir un plan de communication efficace en intégrant le web
- Comprendre et améliorer le référencement naturel de votre site internet
- Connaître les règles d'écriture propres au web et à la newsletter

PROGRAMME

LE WEB : UNE TOILE QUI S'ÉTEND

- sites internet, intranet, extranet...
- blogs, réseaux sociaux...
- messagerie, e-mailing, newsletters...
- wiki, web 2.0, twitter...

CONSTRUIRE SES ACTIONS MARKETING ET SON PLAN DE COMMUNICATION AVEC LE WEB

- L'intégration du web aux côtés des autres supports
- Achats d'espaces, buzz marketing, netlinking
- Marketing direct : des règles d'utilisation des fichiers variables selon les supports
- R.O.I. : la juste mesure du retour sur investissement

RÉDIGER POUR LE WEB

- Le référencement naturel
- Les règles d'écriture propres au web

DURÉE (INTRA ET INTER)

2 jours

DATES DE L'INTER - ANGERS
11-12 février 2010 et 18-19 octobre 2010

TARIF INTER
950 € net par participant par module
de 2 jours