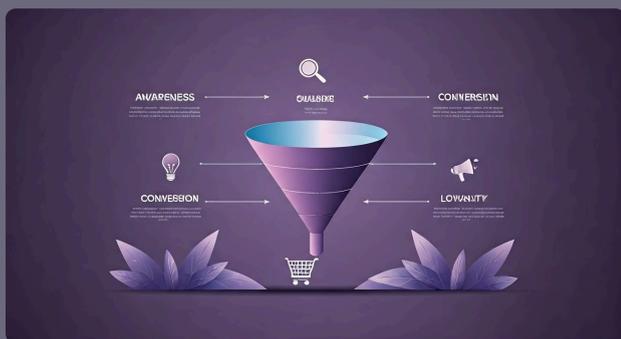


PROGRAMME DE FORMATION

Informations générales

- **Intitulé** : Les bases du marketing stratégique et opérationnel
- **Durée** : 21 heures – soit 3 journées de 7 heures
- **Dates** : Du 2 au 4 avril 2025
- **Modalité pédagogique** : Présentiel



Public et prérequis

- **Public visé** : Public adulte – salariés, demandeurs d'emploi, entrepreneurs, professionnels en reconversion ou toute personne souhaitant acquérir les fondamentaux du marketing
- **Pré-requis** : Aucun prérequis spécifique. Une sensibilité aux enjeux commerciaux est un plus.



Aspects pratiques

- **Lieu de formation** : MAC – 73 rue du Château, 92100 Boulogne-Billancourt
- **Prix** : 600 euros TTC
- **Délais d'accès** : Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 14 jours avant le début de la formation, sous réserve de disponibilité.
- **Accessibilité handicap** : Le centre est accessible aux personnes en situation de handicap. Une étude personnalisée des besoins peut être effectuée à la demande du participant.



Méthodes et évaluation

- **Méthodes mobilisées** : Apports théoriques, études de cas, échanges collectifs, travaux pratiques en sous-groupes, accompagnement individualisé, remise de supports pédagogiques.
- **Modalités d'évaluation** : Quiz de positionnement initial, évaluations formatives, étude de cas finale avec soutenance orale, questionnaire de satisfaction, attestation de fin de formation.



OBJECTIFS GÉNÉRAUX

À l'issue de la formation, les participants seront en mesure de :



Maîtriser les principes fondamentaux du marketing stratégique et opérationnel



Réaliser une étude de marché structurée



Élaborer une stratégie marketing adaptée à une activité ou un produit



Définir et mettre en œuvre un plan marketing cohérent



Mobiliser les outils et canaux de communication adaptés à une cible donnée

COMPÉTENCES VISÉES

Identifier les concepts fondamentaux du marketing stratégique

Maîtrise des principes théoriques et pratiques qui sous-tendent l'approche stratégique du marketing.

Analyser un marché, segmenter une clientèle et positionner une offre

Capacité à étudier un environnement commercial, identifier des segments pertinents et définir un positionnement adapté.

Mettre en œuvre les leviers du mix marketing (produit, prix, communication, distribution)

Application concrète des 4P pour développer une stratégie marketing cohérente et efficace.

Structurer un plan marketing opérationnel

Organisation méthodique des actions marketing dans un calendrier précis avec allocation des ressources.

Argumenter une stratégie marketing dans une logique de performance commerciale

Capacité à défendre et justifier les choix stratégiques en fonction des objectifs commerciaux.

INTERVENANT



MACALOU TOUAMANY

Expert en marketing stratégique et accompagnement commercial, intervenant formateur depuis plus de 7 ans.



EXPERTISE

Stratégie de marque
Activation commerciale
Communication multicanal



PUBLIC

TPE-PME
Porteurs de projet
Organismes de formation



EXPÉRIENCE

Plus de 7 ans de formation
Structures privées, associatives
et publiques

PROGRAMME DÉTAILLÉ – 3 JOURS / 10 ITEMS

JOUR 1 – Approche stratégique du marketing (7 heures)



JOUR 2 – Outils du marketing opérationnel (7 heures)



DOCUMENTS REMIS



Livret de formation

Document complet reprenant l'ensemble des concepts et méthodes abordés pendant la formation.



Supports de présentation

Diapositives utilisées pendant les sessions pour faciliter la compréhension et la mémorisation.



Modèles de documents

Outils pratiques (SWOT, plan marketing, grille 4P, etc.) prêts à l'emploi pour une application immédiate.



Attestation de fin de formation

Document officiel mentionnant les objectifs, la durée, les compétences visées et acquises.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

L'inscription est effective après :

Réception du bulletin d'inscription signé

Première étape administrative permettant d'enregistrer votre demande de participation.

Signature d'une convention de formation

Document contractuel formalisant l'engagement entre le participant, son employeur le cas échéant, et l'organisme de formation.

Réalisation d'un entretien de positionnement

Facultatif, sur demande du bénéficiaire ou en cas de financement OPCO. Permet d'adapter au mieux le contenu aux besoins spécifiques.

COORDONNÉES DU CENTRE DE FORMATION



MAC – Marketing Accompagnement Conseil

Adresse : 73 rue du Château, 92100 Boulogne-Billancourt

SIREN : 889 279 469 – SIRET : 889 279 469 00031

Numéro de déclaration d'activité : 11922873792
(cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État)

Téléphone : 06 21 99 19 31

Email : mac_forma@outlook.fr

Responsable pédagogique : Macalou Touamany

Dernière mise à jour du programme : 10 mars 2025