



Programme exécutive franco-roumain agroalimentaire

Module Marketing

Identifier ses cibles, fidéliser ses clients, choisir de nouveaux marchés nécessitent une analyse marketing pointue afin de déterminer les actions à entreprendre et les moyens pour les atteindre, particulièrement dans un environnement extrêmement concurrentiel.

Objectifs de la formation

- Comprendre les différents niveaux de marketing et les actions appropriées
- Savoir utiliser les outils de bases de l'analyse marketing
- Appréhender les nouveaux consommateurs et comment les atteindre
- Animer sa marque avec les nouveaux supports de communication

J1

Contenu de la formation :

- 1) L'entreprise au coeur du système
 - Identité, valeur et stratégie
 - Marketing stratégique, anticiper demain
- 2) Les différents diagnostics et le choix des actions
 - Les différentes matrices et leurs utilisation (stratégique et opérationnel)
 - Les avantages concurrentiels (compétences stratégiques et facteurs clés de succès)
 - Le fonctionnement en filière (de l'agriculteur jusqu'au consommateur)
 - Le benchmarking
 - L'Importance croissante de l'environnement socioculturel
 - L'effet domino du RSE

Exercice pratique sur la réflexion stratégique



J2

- 3) Identifier ses clients
 - Secteur et Segment
 - Cible et Positionnement
 - Les différentes segmentations
 - L'effet « tribu »
 - Les 7P
- 4) Le marketing de marque
 - Nouvelle vision des marques
 - Brand content
 - Storytelling
 - ATL/TTL/BTL

QCM de validation des acquis