



## 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