

## De la stratégie marketing au plan d'action

En temps de crise, les entreprises qui réussissent sont celles qui savent développer une véritable stratégie marketing et qui se créent des opportunités en se différenciant. Cette formation courte conçue par Audencia Group Executive Education vous apporte les clés et la méthodologie pour positionner votre entreprise, vos marques et vos produits. En valorisant votre offre, vous gagnez ainsi des parts de marché. En transformant votre stratégie en plan d'action opérationnel et innovant, vous servez la stratégie globale de votre entreprise.

4 jours

2 500 €

18 - 19 Mai 2016

14 - 15 Juin 2016

### Objectifs

En développant votre réflexion et votre créativité sur une étude de cas menée en groupe, vous intégrez rapidement les concepts fondamentaux du marketing. Vous savez poser les bons diagnostics afin de prendre les décisions tactiques efficaces. Vous appréhendez les différentes techniques qui permettent d'optimiser votre Mix Marketing et de déployer votre plan d'action avec vos équipes. Ainsi vous apprenez à maîtriser la puissance des méthodes du marketing global.

### Programme et méthodologie

Grâce à un travail de groupe sur une étude de cas réel et accompagné(e) par une équipe d'intervenants, vous apprenez à transformer la stratégie marketing en plan d'action. Pour cela, vous analysez votre environnement et posez un diagnostic sur vos forces et vos faiblesses. Puis vous jouez ensuite avec tous les paramètres du Mix pour déterminer votre stratégie et élaborer un plan d'action structuré qui développe les ventes de vos produits ou services.

### Stratégie marketing

- Audit de l'environnement marketing :
  - environnement externe : analyse concurrentielle, PESTEL, connaissance client/consommateur
  - environnement interne : ressources clés internes, notions sur l'analyse de marque



**Audencia Nantes**  
École de Management  
**Nos formations**  
**diplômantes**

- Diplôme Directeur Financier
- Diplôme Directeur des Ressources Humaines
- Diplôme Directeur Commercial et Marketing
- Formation Audencia Executive MBA
- BADGE Responsable Commercial



### CONTACT

Gaëlle Duchêne

02 40 37 46 11

[gduchene@audencia.com](mailto:gduchene@audencia.com)

- Opérer un diagnostic marketing : SWOT, FCS et capacités stratégiques
- Appréhender la stratégie marketing :
  - objectifs stratégiques
  - segmentation, ciblage, positionnement
  - marketing mix

## **Plan d'action marketing**

- objectifs et finalités du PAM : outil de pilotage et de communication
- méthodologie : diagnostic, bilan des actions passées, axes prioritaires, sélection des actions à retenir
- formalisation et mise en œuvre : validation, présentation, diffusion