

Marketing de base pour un impact majeur

C'est bien beau d'avoir les meilleurs produits du monde et d'offrir le meilleur service, mais si personne ne le sait, à quoi bon ! Il faut déterminer sa clientèle cible et choisir les bons médias pour la rejoindre, explorer les grandes règles de base du marketing et définir différentes stratégies afin de bien vous positionner et surtout de vous faire connaître.

Objectifs

- Définir et mettre en application les principaux concepts de base utilisés en marketing
- Déterminer et positionner son offre de produits en lien avec sa mission
- Définir sa clientèle cible en fonction de l'offre de produits de l'entreprise
- Identifier les différents facteurs qui influencent le consommateur dans ses achats
- Définir une stratégie de conversion

Contenu

- Le rôle du marketing en entreprise
- Les 4 P du *mix marketing* : Prix – Produit – Place – Promotion
- Connaître et positionner son produit
- Quels sont les caractéristiques, bénéfices et avantages de vos produits ?
- Connaître son marché
- Déterminer sa clientèle cible
 - Comprendre ses clients, ses comportements d'achats
- Identifier la concurrence
- Plan d'action et de conversion :
 - Les différentes stratégies de produit
 - Comment rejoindre sa clientèle cible ?

**15 % de rabais
pour deux inscriptions
simultanées**

**20 % de rabais
pour trois inscriptions
simultanées**

Avantages pour vous

- Un meilleur retour sur vos investissements en développement d'affaires
- Une vision plus claire des actions à mettre en place
- Des actions mieux ciblées, donc plus rentables

Mise en action

Une formation où s'entremêlent présentation et échanges en lien avec les réalités des participants

1 jour	0,5 jour	v	Conférence
--------	----------	---	------------

Clientèle cible

Tous les entrepreneurs ou dirigeants qui désirent s'initier aux principes de base en marketing et développement des affaires