

STRATEGIE MARKETING

Durée du stage :

35 heures sur 5 jours

Date :

Nous contacter
Olivier Virault
09 54 05 52 44
contact@media-med.fr

Lieu de formation :

A distance ou en
présentiel

Méthode pédagogique :

Tour de table /Exposé /
Atelier / Cas pratiques
Échanges interactifs
Remise d'un support
pédagogique

Evaluation des objectifs de la formation :

Quizz d'auto-
positionnement avant
/après

Effectif :

15 stagiaires maximum

Tarif :

3150 euros HT

Financement :

Possibilité OPCO, entreprise,
individuel, indépendant.

Public :

Cette formation s'adresse à des profils disposant d'une **vision stratégique de l'entreprise** : directeur marketing, responsable marketing et communication, consultant ou entrepreneur.

Pré-requis :

Une compréhension des **fondamentaux du marketing stratégique et digital** est souhaitée.

Objectifs :

- Acquérir une **méthodologie structurée** pour élaborer une stratégie marketing performante
- Maîtriser les **outils d'analyse stratégique** (SWOT, BCG, Ansoff, PESTEL)
- Formuler des recommandations marketing stratégiques à partir d'insight marché et internes
- **Construire un positionnement concurrentiel différenciant** : créer une proposition de valeur unique
- Construire et piloter une **roadmap marketing personnalisée**

Programme général :

-> 1- Veille stratégique et prospective dynamique

Apprenez à surveiller les tendances et anticiper les mutations du marché grâce à des outils performants : Google Alerts, Feedly, Netvibes, Notion, Airtable, Make, Zapier, Mention.

Vous serez en mesure de **détecter les signaux faibles**, d'identifier les opportunités émergentes et de **nourrir votre plan de communication** avec une approche prospective.

-> 2- Analyser la data first party efficacement

Grâce à des business cases multi-secteurs (retail, SaaS, industrie, services), vous maîtriserez la méthodologie de l'**audit marketing** et de son diagnostic stratégique.

L'objectif : transformer vos données en leviers d'optimisation et bâtir un **plan d'actions cohérent et mesurable**.

-> 3- Définir les insights et recommandations stratégiques

Nous analysons comment transformer des données en intelligence actionnable via une démarche en 4 phases :

1. collecte multicritère : données comportementales, études qualitatives
2. analyse stratégique : segmentation de marché, ciblage clients, matrices

3. validation : tests lean

4. activation : intégration dans le plan d'action opérationnel

Nous explorons également le marketing de l'innovation pour anticiper les disruptions 2025-2030.

-> 4- Construire une roadmap marketing innovante personnalisée

À la fin de cette séquence, vous serez capable de **concevoir une roadmap complète**, intégrant innovation, digitalisation, branding et leviers multicanaux. Vous développerez un **savoir-faire marketing**, faisant de vous un véritable **consultant marketing interne** à l'entreprise.

Matériels Utilisés :

Intervenant :

Intervenant spécialisé

Formation continue
Media Med
Marseille

Contact Olivier Virault : 09 54 05 52 44 contact@media-med.fr