

STRATEGIE ENTREPRISE

Durée du stage :

28 heures sur 4 jours

Date :

Nous contacter
Olivier Virault

09 54 05 52 44

contact@media-med.fr

Lieu de formation :

A distance

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 :

2520 euros HT

Financement :

Possibilité OPCO, entreprise,
individuel, indépendant.

Public :

Responsables marketing, directeur marketing, chefs d'entreprise, membres comité de direction, consultants stratégie, responsables

Pré-requis :

Compréhension des enjeux business, aisance en analyse de données, connaissances en marketing opérationnel

Objectifs :

- **Appréhender les stratégies d'innovation** : identifier les tendances prospectives, anticiper les disruptions
- **Comprendre les business models innovants** : analyser modèles freemium, data-driven, digitaux pour transformer votre proposition de valeur en machine à cash
- **Créer une stratégie marketing innovante** pour maximiser votre différenciation concurrentielle

Programme général :

-> 1- Comprendre les stratégies d'innovation

Explorons les typologies d'innovation créant un avantage concurrentiel : process organisationnels, modèle économique, expérience client, structure technologique. Ainsi, grâce à des business cases multi-secteurs (retail, SaaS, industrie, services), vous identifiez les facteurs clés de succès. En effet, cette approche bottom-up combine veille concurrentielle et benchmark pour neutraliser la concurrence efficacement et garder une longueur d'avance.

-> 2- Marketing digital et communication stratégique

Nous décryptons comment articuler positionnement de marque, parcours clients omnicanaux et leviers digitaux. Storytelling, copywriting, marketing digital, charte graphique, medias sociaux... Lors de votre formation professionnelle, nous garantissons la mise à niveau technique et l'acquisition de savoir-faire pour perfectionner les pratiques.

-> 3- L'analyse pratique de business model innovants

Nous analysons les architectures disruptives : plateformes à double entrée, freemium, SaaS, intermédiation, peer-to-peer, abonnement, affiliation... En effet, vous décortiquez des business cases pour identifier mécanismes de monétisation, structures de coûts et barrières à l'entrée. Dès lors, vous apprenez à calculer CLV et CAC, métriques essentielles pour déterminer les stratégies pertinentes.

-> 4- Facteurs clés de succès de l'innovation

Grâce à la dynamique de groupe en ateliers pratiques et mises en situation professionnelle, vous creuserez l'écosystème de l'innovation et son financement. Par ailleurs, nous aborderons la culture d'entreprise, l'intelligence collective et les dynamiques de groupe.

-> 5- Créer et évaluer une stratégie innovante efficace

Pitcher, mesurer, itérer ; votre formation vous outille pour **vous hisser parmi les meilleures entreprises de votre secteur d'activité**. Créez les tableaux de bord de vos plans trimestriels reprenant les axes stratégiques et actions marketing définis.

Matériels Utilisés :

Intervenant :

Intervenant spécialisé