



# FONDAMENTAUX ET BASES DU MARKETING

Identifier une cible et réaliser une proposition argumentée adaptée à partir de son offre commerciale,  
Mesurer le potentiel de la cible.



## Public visé

Tous les Managers et Dirigeants confrontés à la mutation économique actuelle



## Durée

• 1 journée (7 heures)



## Lieu de la formation

### Site de Poitiers

Maison de la Formation  
ZI de la République - 120 rue du Porteau  
86000 Poitiers

### Site de Loudun

Espace Formation  
1 avenue de la Coopération  
86200 Loudun

### Site de Montmorillon

Immeuble Eco espace - 70 rue de Concise  
86500 Montmorillon



## Contact

fccivf@mdf86.net  
05 49 37 44 68  
www.poitiers.cci.fr

Voie d'accès :  Alternance  Formation continue  Demandeurs d'emploi  VAE

## Pré-requis

### Pour la formation continue

Managers ou dirigeants pilotant le développement de leur entreprise

## Conditions d'inscription

### Pour la formation continue

La formation doit être validée en amont par votre entreprise

## Nos points forts

- Apports théoriques et pratiques
- Mises en situations : jeux de rôle et simulations
- Travail à partir de situations vécues par les participants
- Travail en groupe
- Étude de cas concrets (exercices, interaction et questions/réponses)
- Partage d'expérience
- Profil de l'intervenant : formateur spécialisé dans la transformation des business Model avec expérience significative en entreprise
- Mémo guide de la formation remis à chacun des participants



## FONDAMENTAUX ET BASES DU MARKETING



### Validation

Formation non certifiante.  
Attestation de formation



### Coût de la formation

Salarié, nous consulter



### Date de session

Entrée possible en fonction de  
la demande et sous réserve d'un  
nombre suffisant d'inscrits

### Programme et contenu

LE MARKETING : DÉFINITIONS ET UTILITÉS (MISSIONS, DÉMARCHES, OUTILS)

- Principales missions du marketing (3) : diagnostic, recommandation et mise en œuvre
- Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés

ANALYSE DE SON ENVIRONNEMENT, DE LA CONCURRENCE ET DES PUBLIS-CIBLES (SEGMENTATION, POSITIONNEMENT, STRATÉGIES PRODUIT)

- Définition de la stratégie marketing : les étapes clés
- Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
- Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services

RÉALISATION D'UN PLAN MARKETING (STRUCTURE ET DÉMARCHE)

- Structure type d'un plan marketing
- Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

CAS PRATIQUE ET ANALYSE



Nos établissements sont engagés dans une démarche de progrès pour l'accessibilité des centres de formation, en collaboration avec le Centre Ressource Formation Handicap.

Pour connaître la faisabilité de votre

projet de formation, contactez directement notre référent handicap : [cciv-formation-handicap@mdf86.net](mailto:cciv-formation-handicap@mdf86.net)



CCI VIENNE FORMATION

120, rue du Porteau BP 495 - 86012 POITIERS Cedex  
Tél : 05 49 37 44 50 E-mail : [cciv.formation@mdf86.net](mailto:cciv.formation@mdf86.net)  
N° déclaration d'activité : 54860109086



[www.poitiers.cci.fr/formation](http://www.poitiers.cci.fr/formation)

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA VIENNE

**Siège social** : 7 Avenue du Tour de France  
CS 50146 Chasseneuil - 86961 Futuroscope Cedex  
Tél : 05 49 60 98 00  
SIRET 18860003500144