

DUREE : 5 jours (35h)

DATES :

18-19-20 octobre 2021 +
9-10 novembre 2021

MODALITES : présentiel

LIEU :

ITECH-Lyon
87 chemin des Mouilles
69130 ECULLY

EFFECTIFS :

Minimum 5 participants
Maximum 10/12 participants

Handicap : nous contacter

PRE REQUIS : niveau Bac

EQUIPE PEDAGOGIQUE :

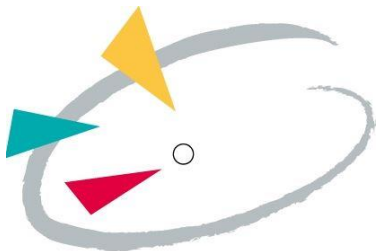
F.BRUCHON

COÛT / PARTICIPANT :

2 500 €HT
+ 18 €HT/repas

Nous contacter :

87 chemin des Mouilles
69134 ECULLY Cedex
Tél.: +33 (0)4 72 18 07 97
Fax: +33 (0)4 72 18 95 45
formation.continue@itech.fr
www.itech.fr



ITECH
ENTREPRISES

OBJECTIFS OPERATIONNELS

Acquérir les fondamentaux d'une démarche marketing simplifiée et comprendre son rôle dans la compétitivité d'une entreprise industrielle.

- Améliorer l'efficacité de chaque action marketing dans les développements ou évolution d'offres Produits/services.
- Comprendre l'importance de (Re)Mettre le client/usager au cœur du projet: de la R&D au Commercial, parler le même langage !
- Développer une ouverture d'esprit et une culture créative pour innover: « sortir du cadre »
- Savoir utiliser tous les leviers du Mix Marketing pour élaborer une offre produit/service différenciante.
- Vendre une solution client plutôt qu'une technologie produit: Construire un argumentaire technico-commercial percutant

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- S'approprier une démarche structurée d'analyse et de suivi de ses actions sur ses marchés.
- Savoir utiliser les outils et matrices simples d'analyse sur les étapes de la démarche marketing
- Être autonome dans la mise en œuvre de quelques outils dans ses actions au quotidien

PUBLIC CONCERNE

- Des collaborateurs non spécialistes du marketing (R&D, Commercial, Acheteur, ...) qui doivent acquérir les bons réflexes pour répondre efficacement aux attentes des marchés en perpétuelle évolution.
- Des équipes marketing juniors en charge de projets de développement.

INTERVENANT – Frédérique BRUCHON

Consultante et Formatrice en Stratégie - Marketing – Innovation –
Entrepreneuriat - Enseignante en écoles et universités
Double compétence d'ingénieure en Chimie et 25 ans de responsabilités
marketing & Innovation, en industrie avec une bonne vision des processus
internes de l'entreprise.
Approche concrète et pragmatique toujours basée sur le bon sens et la réalité
terrain, au regard de l'amélioration de l'efficacité des actions marketing.

Méthodes pédagogiques

Apports de concepts théoriques simples et concrets
illustrés d'exemples).
Mis en pratique sur des cas fil rouge (issus de
différents secteurs), favorisant l'échange entre
participant

Evaluation

QCM en début et fin de
formation



Pédagogie « ACTIVE » dans une approche « Apprendre en faisant »
avec études de cas, jeux de rôles, ...

Formation à la carte sur plusieurs sessions qui s'incrémentent

PROGRAMME DETAILLE

MODULE 1 – Introduction au marketing: Comprendre son rôle dans la performance de l'entreprise

- *De l'auto diagnostic interne aux choix de développement (SWOT)*
- *Etablir un diagnostic informationnel sur l'offre et la demande (PESTEL)*
- *Identifier toutes ses Concurrences (directes et indirectes) (Porter)*
- *Identifier les facteurs clés de réussite d'un projet sur son marché*

MODULE 2 – (Re)Mettre le Client/Usager au cœur du projet

- *Comprendre les besoins clients, pousser jusqu'à ses attentes (la Business Valeur Canva)*
- *Identifier aussi ses réticences / freins à l'achat*
- *Construire votre Proposition de Valeur spécifique: (Prop Val Canva)*
- *Caler le bon positionnement de votre offre sur son marché.*

MODULE 3 – Développer une culture créative pour innover “ Sortir du cadre “

- *Oser les voies de réflexions inhabituelles – Méthodes de créativité (Brain Bloom, SPIDER,...)*
- *Chercher un espace de marché nouveau et encore inexploré (OCEAN BLEU)*
- *Mettre le focus sur l'avantage concurrentiel = ce que vous apportez de plus sur l'existant*

MODULE 4 – Utiliser tous les leviers du Mix Marketing pour une offre produit/service pertinente

- *Choisir sur quel curseur du Marketing Mix, appuyer (MIX Marketing 4P.0)*
- *Elaborer une offre produits complète sans oublier les services associés*
- *Travailler les 3 niveaux de réponse (mini- median – ultra) de votre offre.*
- *Allez jusqu'à l'Innovation : rêver une réponse au « ET SI »*

MODULE 5 – Vendre une solution client plutôt qu'une technologie : Construire un argumentaire percutant

- *Traduire les atouts techniques Produits/services en Bénéfices client (CAB)*
- *Penser profil et parcours client*
- *Travailler un argumentaire complet: technique/marketing/ commercial.*
- *Valoriser son offre : le Pitch de présentation*

MODULE Finale – Restitution du projet complet fil rouge

- *Commun : Présentation des projets*
- *Commun: Feed back aux participants sur leurs pratiques*
- *Individuel : Pistes de mise en application dans ses actions au quotidien*