SKILLS CAMPUS
Training & Certification Center

Optimiser son Mix Marketing

-Réference: **MR-179** -Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Construire un cahier des charges fonctionnel
-
- Déterminer les conditions tarifaires
-
- Identifier les canaux de distribution
-
- Construire son plan de communication
-
- Ajuster son mix marketing au cycle de vie du produit et à la concurrence
-

A qui s'adesse cette formation ?

POUR QUI :

- Directeurs et responsables marketing, chefs de produits, chefs de marchés, chefs de gammes, chefs de groupes, toute personne devant évoluer vers une fonction Marketing.

PRÉREQUIS :

- Aucune connaissance particulière.
- .

Programme

- **Mix marketing : caractéristiques du produit ou du service**
  - Le nom de marque.
  - Les fonctionnalités et les spécificités.
  - Les caractéristiques physiques et le design.
  - Le coût de revient.
  - L'insertion dans la gamme existante.
  - Exercice: Construction d'un cahier des charges fonctionnel.
- **Mix marketing : le système de tarification**

Programme

- Le positionnement prix (luxe, cadeau.
-).
- Les conditions tarifaires (prix, ristournes, rabais, remises).
- Les critères possibles de segmentation.
- Les marges compensées, la rentabilité et la contribution financière.
- Etude de cas Recherche de modes pertinents de tarification pour un service donné.

- **Mix marketing : la distribution**
  - Le choix des canaux.
  - Le degré d'autonomie, d'engagement des (re)vendeurs.
  - La couverture des territoires.
  - Le trade marketing.
  - Les outils d'aide à la vente.
  - Etude de cas Vente directe avec commerciaux, ou indirecte avec un ou plusieurs canaux de distribution tiers.

- **Mix marketing : la communication**
  - Le choix des cibles.
  - Les messages à faire passer.
  - La charte graphique.
  - L'optimisation du choix des canaux de communication : publicité, promotion des ventes, réseaux sociaux.
  - Le bon dimensionnement des moyens.
  - Exercice: Critique d'un plan de communication.

- **Les 3 P des Services**
  - Le Personnel.
  - La Participation du client.
  - La Preuve.
  - Exercice: Déclinaison d'un mix marketing optimal pour un service associé à un produit.

- **Les précautions à prendre**
  - Cohérence et interdépendance des éléments du mix marketing.
  - Adéquation du mix marketing avec le marché, les segments de clientèle visés, la situation concurrentielle.

Programme

- **Réajustement du mix marketing**
  - Optimiser son positionnement en fonction du cycle de vie des produits.
  - Réajuster en fonction des actions de la concurrence.
  - Mesurer l'atteinte des objectifs.
  - Exercice: Critique du mix marketing d'un produit ou service existant et indication de pistes d'optimisation.

(+212) 5 22 27 99 01

(+212) 6 60 10 42 56

Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7éme étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc