

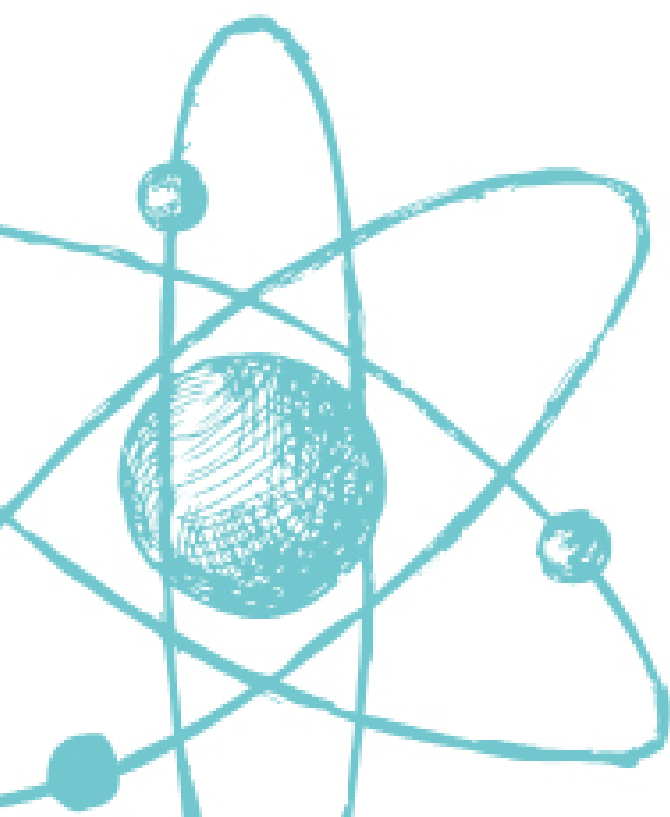


Atomia
F O R M A T I O N S

MARKETING

Formations **Entreprises**

Au coeur de vos compétences



Marketing

- ... Comme **point central** de la stratégie de l'entreprise
- ... Comme **fonction transversale** entre stratégie et opérationnel
- ... Comme **domaine du possible** entre lancement et montée en puissance
- ... Comme **espace d'innovation** entre commercialisation de l'offre et fidélisation client

Se former ...

- ... Comme **pratiquer, innover et se perfectionner**



Formats adaptés...

1 à 3 jours possibilité de modulariser en fonction de vos plannings



Nos expert Premium

Spécialistes, consultants opérationnels reconnus dans leur domaine



Norme Qualité

Formation éligibles aux normes qualité Véritas



Innover toujours plus

Méthodologie et outils en adéquation avec les évolutions numérique



Intra - Inter

1 à 3 jours, possibilité de modulariser en fonction de vos planning



Interlocuteur dédié

Un accompagnement et suivi dans vos projets en toute proximité



Offre modulables...

Partenariat avec les OPCA coût dégressif selon vos projets



*au service
de vos compétences !*



09 82 56 28 40

contact@atomiaformations.fr

La fonction Marketing

Comment bâtir son plan marketing ?

Concrétiser une stratégie établie au travers d'actions opérationnelles... Structurer en tenant compte des coûts et du timing... Tels sont les finalités du plan marketing ; il devient un outil de gestion indispensable à ne pas négliger. Maitriser les différentes étapes et techniques contribueront à une meilleure exécution de la stratégie de l'entreprise.



Durée

14 heures
(soit 2 jours)



Public

Dirigeants d'entreprise, personne en charge du pôle marketing au sein d'une structure



Pré-requis

Être en lien avec la stratégie marketing de l'entreprise



Modulaire

Oui

Objectifs

- Élaborer un plan marketing en accord avec la stratégie de l'entreprise
- Identifier les phases indispensables à la construction d'un plan marketing
- Adopter les techniques et codes nécessaires à la rédaction d'un plan marketing

Programme

Jour 1

1. Introduction ou de l'importance d'établir un plan marketing

2. Au commencement étaient les «Objectifs»

- Identification, hiérarchisation, priorités

3. Analyse systémique de l'environnement de l'entreprise, de son marché

- Entre veille du marché et des acteurs-clés, influenceurs

4. Entre segmentation du marché et de la clientèle ciblés

Jour 2

5. Identifier le positionnement de votre entreprise, de l'offre produit, de la politique prix...

6. Statuer des canaux de distribution et de diffusion

7. Budgets et coûts

- Définir l'investissement de la société

8. Définition et choix des indicateurs

- exemples CSAT, NPS, CES

9. Rédaction du plan marketing

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers pratique, études de cas, analyse et feedback

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 12/10/2016 & 13/10/2016
- 11/01/2017 & 12/01/2017
- 10/04/2017 & 11/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890€ HT par jour

Référence Atomia Formations : 01MKG001

Le plan marketing

Comment en assurer l'adhésion auprès de l'entreprise ?

Elaborer un plan marketing est inéluctable dans le développement opérationnel de la stratégie d'une entreprise. Il est source d'enjeux financiers, commerciaux et humains. A cet effet, il nécessite pour sa mise en oeuvre une approbation de l'ensemble des acteurs impliqués. La présentation du plan marketing en devient donc une étape essentielle dans la communications des actions.



Durée

7 heures
(soit 1 jour)



Public

Dirigeants d'entreprise, personne en charge
du pôle marketing au sein d'une structure



Pré-requis

Avoir élaborer un premier
plan marketing



Modulaire

Non

Objectifs

- Déployer les techniques et arguments lors de la présentation d'un plan marketing et obtenir l'adhésion des acteurs impliqués au sein de l'entreprise

Programme

1. Le plan marketing au coeur de la stratégie

- Contextualisation
- Phasage
- Intervenants internes et externes

2. Préparation de la présentation

- Structuration du contenu
- Rédaction de l'executive summary

3. Définition et identification des outils, supports

- Constitution de la boîte à outils

4. Perspectives de la présentation

- De l'anticipation aux enjeux
- De l'argumentation à la posture

Modalités d'accès à la formation


- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 31/10/2016
- 03/02/2017
- 28/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890€ HT

Référence Atomia Formations : 01MKG002

Mix marketing

Comment définir sa politique de prix ?

Trouver «Le juste prix»... Il ne s'agit pas d'un jeu d'enfants, mais un véritable casse-tête pour la plupart des entreprises. La politique de prix, et par extension la mise en place d'une stratégie de prix, sont un ensemble de rouage incontournable qui nécessitent à la fois une approche globale du marché, de l'activité, du segment, mais aussi des techniques. Une démarche, pleine d'anticipation, en perpétuel mouvement



Durée

14 heures
(soit 2 jours)



Public

Dirigeants d'entreprise, personne en charge
du pôle marketing au sein d'une structure



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Oui

Objectifs

- Identifier les facteurs influents liés à la mise en oeuvre d'une politique tarifaire
- Adopter les techniques propres à l'élaboration des prix de produits, gammes en accord avec les objectifs commerciaux de l'entreprise

Programme

Jour 1

1. Introduction

- Les tendances du marché actuel
- Les évolutions du comportement client particulier et professionnel

2. Les fondamentaux de la politique de prix

- Définition
- Mix-marketing et cycle de vie du produit

3. Le prix face aux facteurs d'influences environnants

Jour 2

4. Comment fixer et calculer le prix et la marge d'un produit ?

5. La politique de prix liée à une gamme

6. «Atouts Prix» les leviers de promotion, la gestion des marges

- De la réglementation à la mise en oeuvre

7. En route vers la mise en place d'une réelle stratégie de prix

Modalités d'accès à la formation


- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : *ateliers pratique, études de cas, analyse et feedback*

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 06/10/2016 & 07/10/2016
- 06/02/2017 & 07/02/2017
- 06/04/2017 & 07/04/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890€ HT par jour

Référence Atomia Formations : 01MKG003

Du Plan Marketing au Plan d'actions commerciales

La stratégie de l'entreprise fixée par ses dirigeants est certes traduite par le plan marketing dans sa vision 360 transversale, mais le versant commercial nécessite un pilotage et un encadrement pour une réussite productive.

Le plan d'action commerciales ne concerne pas seulement ce qu'il faut vendre, mais implique la manière dont il faut mettre vendre. A cette effet, il devient une étape indispensable à la mise en oeuvre du processus stratégique de l'entreprise.



Durée

14 heures
(soit 2 jours)



Public

Dirigeants d'entreprise, personne en charge
du pôle marketing au sein d'une structure



Pré-requis

Aucun



Modulaire

Oui

Objectifs

- Élaborer une stratégie commerciale en accord avec la stratégie marketing de l'entreprise
- Construire les outils de planification et de contrôle
- Appliquer les actions nécessaires à la mise en action de la stratégie globale de l'entreprise

Programme

Jour 1

1. Introduction

- Les tendances du marché actuel
- Les évolutions du comportement client particulier et professionnel

2. Définition et champs d'action du plan marketing dans la stratégie de l'entreprise

3. Diagnostic et analyse :

- Des enjeux à l'analyse clientèle.
- Outils d'analyses (Swot, Pestel, Porter)

Jour 2

4. Les actions

- Fixer les objectifs
- Mise en oeuvre des actions
- Identification des intervenants
- Communication et motivations


5. Définition de la planification et les outils de contrôle

Modalités d'accès à la formation

- Dossier de candidature, évaluations/test, entretien

Pédagogie

- Méthode expositive (apports théoriques)
- Méthode interrogative
- Méthodes actives : ateliers de travaux pratiques sur des cas liés au vécu professionnel des stagiaires, analyse et feedbacks

 Livret pédagogique proposé à chaque participant

 Évaluation formative

 Attestation de fin de formation

A propos de votre session de formation

- Nombre de participants : de 2 à 12

Nos formateurs intervenants sont des experts reconnus dans leur métier, leurs spécialisations

Dates des sessions

- 27/10/2016 & 28/10/2016
- 09/02/2017 & 10/02/2017
- 04/05/2017 & 05/05/2017

 **Lieux de formation** En Inter : Lieu indiqué par ATOMIA
En Intra : Dans votre entreprise

Tarifs

à partir de 890€ HT par jour

Référence Atomia Formations : 01MKG004

Où sommes-nous ?



BUS

Lignes 1 - 48 - 70
Arrêt Lindbergh
et 48
arrêt Diesel



VÉLO

V-Gub
Station n° 87
Kennedy
parc hôtelier



TRAM

En attendant 2017
Ligne A,
arrêt le plus proche :
Lycée de Mérignac



12, avenue Henri-Becquerel - 33700 Mérignac
Tél. 09 82 56 28 40
contact@atomiaformations.fr



Atomia

F O R M A T I O N S

