

# FORMATION MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL/PITCH

CIBLER SES FUTURS CLIENTS  
TROUVER SON  
POSITIONNEMENT MARCHE  
CONSTRUIRE SON MIX  
SYNTHETISER SON PROJET :  
LE PITCH

Pour les  
**entrepreneurs** :

- salariés en reconversion
- demandeurs d'emploi
- chefs d'entreprise



## **MARKETING STRATEGIQUE et OPERATIONNEL /PITCH : CIBLE ET POSITIONNEMENT, DEFINIR SON MARKETING MIX et FORMULER SON PITCH**

Objectif : Apprendre les méthodes et outils qui permettent d'identifier ses cibles, de segmenter son marché et sa clientèle et de construire un positionnement cohérent et pertinent sur ce marché.  
Tirer les conclusions de ses analyses pour construire son marketing mix.  
Parvenir à donner une vision d'ensemble de son projet au travers d'un pitch impactant.

Prérequis : Avoir une société ou un projet entrepreneurial  
Avoir commencé à analyser son marché et son environnement

Modalités : Formation en présentiel ou en distanciel selon la situation sanitaire et en groupe de 3 à 8 participants.

Durée : 1 journée (7h)

Prix : 300€ TTC

Modalités d'évaluation : travaux pratiques avec correction en direct, QCM de fin de formation et évaluation finale délivrée par le formateur.

Méthodes mobilisées : pédagogie démonstrative, pédagogie participative, active et applicative.

Accessibilité handicap : Nous contacter.

Délais d'accès : Après réception de votre demande, nous accuserons réception de celle-ci dans les 2 jours ouvrés, puis, en fonction de la date de début de formation envisagée, dans les 8 à 15 jours ouvrés, un RDV d'environ 45min en visio ou téléphonique vous sera proposé pour valider votre besoin de formation. Suite à ce RDV, vous recevrez dans les 8 jours ouvrés la validation de votre participation à la formation, *(sous réserve d'un minimum de 3 participants inscrits, et dans le cadre d'un financement, sous réserve de l'acceptation formelle de celui-ci)*.

### **Programme :**

- Pourquoi le marketing ? A quoi ça sert ?
- Apprendre à compléter et finaliser son étude de marché
  - Retour sur la méthode d'étude et les outils et moyens à utiliser
  - Focus sur l'enquête terrain : définir son « persona » et quantifier les potentiels
- Construire les premières orientations d'une stratégie marketing en fonction des résultats de son analyse
  - Prendre du recul sur son projet : l'analyse SWOT
  - Définir les 1ères orientations stratégiques
  - Segmenter son marché pour choisir ses cibles
  - Trouver son positionnement : méthodes, outils et exemples
  - Mettre en avant sa Valeur Ajoutée : comment justifier ses atouts
- Synthétiser sa stratégie pour la présenter et la communiquer à autrui : le Pitch.
- Comprendre comment construire son marketing mix
  - Focus sur les 4 « P » du Marketing mix, application aux projets des stagiaires.

**Astrolabe Conseil, SCOP A Responsabilité Limitée,**

10 Rue des Prairies 75020 PARIS – contact@astrolabe-conseil.fr

N° SIRET : 451 866 750 0032

Activité de formation enregistrée sous le n°11 75 55753 75. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.



Pour nous contacter : [formation@astrolabe-conseil.fr](mailto:formation@astrolabe-conseil.fr) ou 01 55 28 86 70

**Astrolabe Conseil, SCOP A Responsabilité Limitée,**

10 Rue des Prairies 75020 PARIS – [contact@astrolabe-conseil.fr](mailto:contact@astrolabe-conseil.fr)

N° SIRET : 451 866 750 00032

Activité de formation enregistrée sous le n°11 75 55753 75. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.