

# FORMATION MARKETING STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL/PITCH

Pour les  
**entrepreneurs** :

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



## **MARKETING STRATEGIQUE et OPERATIONNEL /PITCH**

Objectif : Identifier les différents éléments pour constituer une étude de marché efficace.

Maîtriser les méthodes qui permettent de choisir ses cibles, de segmenter sa clientèle et de construire un positionnement entreprise et prix cohérent et pertinent sur son marché.

Définir les contours de son offre, ses valeurs ajoutées et les premiers bénéficiaires clients.

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 2 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 mener, compléter et finaliser son étude de marché
  - La composition de l'étude de marché
  - Retour sur la méthode d'étude et les outils et moyens à utiliser
- 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 :
  - Choisir ses cibles et les segmenter
  - Trouver son positionnement : méthodes, outils et exemples
- Synthétiser sa stratégie pour la présenter et la communiquer à autrui : le Pitch.
  - Mettre en avant sa valeur ajoutée : comment justifier ses atouts
- Pour aller plus loin : Identifier les différents éléments pour construire son marketing mix
  - Focus sur les 4 « P » du Marketing mix

**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.