

Fondamentaux Marketing Stratégique

Lien : https://maroc-performance.com/formation/fondamentaux-marketing-strategique

DURÉE	RÉFÉRENCE	CATÉGORIE
3 jours (21h)	**MC22**	**Marketing Stratégique**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Acquérir une vision complète et actuelle du marketing stratégique et de son influence sur l'entreprise
- Enrichir sa pratique actuelle et déceler de nouvelles pistes de développement
- S'approprier les modèles d'aide à la décision
- Elaborer un positionnement marketing de valeur pour l'entreprise

POUR QUI ?

- Directeur et responsable marketing, chef de produit, chef de marque, chef de marché
- Cadre dirigeant en charge de la stratégie marketing, de leur unité ou business unit

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Identifier les enjeux et les intérêts pour la stratégie d'entreprise

- Le Marketing stratégique dans la démarche globale du marketing
- Les limites du marketing orienté produit, les enjeux de l'orientation marché
- Les différentes stratégies marketing
- Définir le projet, la mission et les objectifs de l'entreprise
- Les choix stratégiques marketing et les orientations de l’entreprise : influences réciproques, cohérence, définition du cadre de référence, indicateurs de résultats
- Définition du cadre de référence, influences réciproques, cohérence, indicateurs de résultats

2 / Le diagnostic stratégique

- Le diagnostic de situation : démarche et principes clés
- L’identification de l’environnement : analyse interne et externe, les clés de structuration, les outils d’analyse stratégique

3 / De l'analyse du comportement à la segmentation du marché

- L'analyse des besoins et motivations
- L'analyse des usages et attitudes envers la marque ou le produit
- Segmenter le marché par les besoins : méthodologie
- Définir des critères de segmentation pertinents

4 / De l'analyse de l'environnement aux choix stratégiques

- Analyser l'attractivité du marché et la compétitivité de l'entreprise
- S'approprier l'analyse du cycle de vie du marché

Maroc Performance

- Utiliser l'analyse des 5 forces de Porter
- Utiliser les différents modèles d'aide à la décision : Mac Kinsey, ADL, RMC
- Maîtriser les outils d'analyse du portefeuille produit : matrices BCG et RCA

5 / L'élaboration d'un positionnement source de valeur

- La démarche de positionnement jusqu'au mapping : méthodologie
- S'approprier les axes fondamentaux du positionnement
- Déterminer un positionnement pertinent pour l'entreprise face à ses concurrents
- Positionnement et mix-marketing : principe de cohérence
- Bâtir et présenter une stratégie marketing

6 / L’innovation comme source de valeur

- Innover à partir des insights clients
- Mesurer l’intérêt financier de l’innovation
- Identifier les innovations les plus prometteuses
- Gérer le portefeuille d’innovations

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

10 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
04 au 06 Août 2027	Présentiel - Casablanca
06 au 08 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance