

Fondamentaux Trade Marketing

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

DURÉE
3 jours (21h)

RÉFÉRENCE
MC95

CATÉGORIE
Trade Marketing et Merchandising

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Maîtriser les fondamentaux du Trade Marketing
- S'approprier les outils nécessaires à la mise en place d'actions conjointes fournisseur - distributeur
- Définir, mettre en place et suivre les opérations de Trade marketing

POUR QUI ?

- Chef de produit
- Chef de promotion
- Trade-marketers
- Category manager
- Responsable de projet en agence de promotion ou de communication

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / S'approprier le concept de Trade Marketing

- Etablir le lien entre stratégie d'entreprise et marketing
- Mettre en œuvre la démarche marketing
- La notion de Trade Marketing : ce qu'il est et ce qu'il n'est pas
- Intégrer le Trade Marketing dans la démarche Marketing
- Les composantes et les acteurs du Trade Marketing
- Champ d'action du trade marketing : liens avec Category Management, ECR et merchandising
- Le marketing du distributeur : le client chaland, acheteur et consommateur
- Situer le Trade marketing dans les approches B to B, B to R et B to C : un rapport gagnant-gagnant

2 / Respecter le cadre légal du Trade Maketing

- L’évolution de la réglementation
- Les principes généraux du Code de la consommation, de l’ARPP et de l’ICC
- L’exigence générale de loyauté des pratiques commerciales
- Les conséquences de la remise en cause de l’interdiction de la revente à perte
- L’identification des risques et des responsabilités

3 / Planifier et préparer ses opérations de Trade marketing

- Mettre en place un SITM ® : facteurs clés de succès, sources de données externes et internes
- Etablir des priorités et structurer le projet : budget, planning, offres à mettre en avant
- Evaluer le partenaire : critères de choix

Maroc Performance

4 / Assurer le succès de ses opérations

- Le Trade marketing orienté marques marques nationales, régionales ou MDD
- Le Trade marketing orienté distributeur : création de trafic et d'image
- Le Trade marketing lié à la promotion : budget et facteurs clés de succès
- Le Trade marketing lié au merchandising : cas du challenger et du leader
- Le Trade marketing lié à l'offre : notion de qualité, de catégorie
- Le Trade marketing lié au lancement d'un produit

5 / Impliquer tous les acteurs

- Processus de mise en œuvre coordination et implication de tous
- Planifier et clarifier le rôle des acteurs : entreprise, réseaux, clients
- Brief à l'agence de création : 5 points clés
- Présentation à la force de vente : argumentaire, fiches promotionnelles, supports

6 / Suivre et mesurer ses opérations de Trade Marketing

- Exploiter les informations issues des actions de Trade marketing
- Mesurer les performances et calculer le ROI de l'opération de Trade Marketing
- Exploiter les informations recueillies

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

25 au 27 Nov. 2026	Distanciel
20 au 22 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
17 au 19 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
12 au 14 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 09 Juil. 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