

FORMATION MARKETING DE L'OBJET MEDIA

Intégrer la démarche et le conseil marketing dans votre activité commerciale

CODE FORMATION 312

PROGRAMME

Apport théorique :

Cette formation présente les fondamentaux de la démarche marketing afin de les utiliser dans votre approche commerciale. Cette approche générique est enrichie par les résultats de 3 enquêtes exclusives de grandes ampleurs mesurant les attentes des individus, ainsi que les effets principaux des objets publicitaires sur eux.

Apport pratique :

1. Comprendre vos clients : fondamentaux du marketing (3h)

- La marque
- Les fondamentaux de la stratégie de communication (objectifs, cibles, positionnement)
- Spécificité du marketing expérientiel
- Stratégies de communication 360 : donner de la puissance à vos actions de communication grâce aux actions d'activation

2. Comprendre les clients de vos clients : Résultats principaux études des attentes des consommateurs (8h)

- Les attentes générales des consommateurs
- Les spécificités des différentes familles d'objets
- L'impact de l'objet média sur la notoriété des marques
- L'impact de l'objet média sur la perception de la marque (image, attitude)
- L'impact de l'objet média sur la relation entre le consommateur et la marque (attachement, lien, réciprocité)
- L'impact de l'objet média sur les comportements des consommateurs (BAO classique et digital, intention d'achat)
- L'impact émotionnel de l'objet média
- Spécificité des cadeaux RSE et de la personnalisation des objets
- Les variables clés pour comprendre l'objet média : qualité, prestige, relation initiale marque client et stratégie de rareté

3. Intégrer les attentes de vos clients dans vos propositions commerciales (3h)

- Valoriser le conseil dans vos propositions commerciales
- Prendre en compte le trio magique (objectifs marketing, cible, positionnement)
- Intégrer la rareté et la qualité dans ses propositions
- Intégrer l'objet dans l'environnement de communication de votre client : les actions d'activation
- Etude de cas : Faire évoluer sa pratique professionnelle

Caractéristiques de la formation

Mise en œuvre des connaissances par des exercices pratiques basés sur des cas concrets issus de l'expérience professionnelle des stagiaires.

Étude des cas « difficiles » rencontrés par les participants entre les sessions et traitements des solutions en commun avec le groupe.

Outils

Support de formation rappelant le contenu théorique de la formation

OBJECTIFS

- **Comprendre** ses clients et leurs attentes
- **Intégrer** les aspects principaux de la démarche marketing dans son activité professionnelle
- **Permettre** aux professionnels du secteur d'intégrer l'activité de conseil à leur démarche commerciale
- **Se démarquer de vos concurrents**, en intégrant la réflexion marketing dans vos propositions commerciales

Moyens Pédagogiques

La formation alterne entre présentation des fondamentaux théoriques et exercices de mise en situation professionnelle. 3 études de marchés exclusives permettent d'illustrer les attentes des individus et les effets concrets des objets publicitaires sur eux.

Moyens d'encadrement

Titulaire d'un Doctorat en sciences de gestion (marketing) le formateur bénéficie d'une expérience significative en matière d'encadrement pédagogique et d'une connaissance poussée du secteur d'activité.

Suivi et évaluation des objectifs de la formation

Exercices appliqués en fin de chaque session pour apprécier l'acquisition des compétences présentées.

Attestation de fin de formation : Pour l'obtenir, le stagiaire doit avoir obtenu la note minimale au quizz de connaissances réalisé en fin de formation afin de valider l'acquisition des objectifs de la formation.

Prérequis

Aucun

Public

Services commercial & marketing
(Minimum 2 stagiaires)

Durée

Formation en présentiel en intra-entreprises

14h répartie sur 2 jours (sessions consécutives ou non)

Tarif

Adhérents : **1540€ net / jour**

Soit un total de **3080€ net**

Frais de déplacements en sus