FONDAMENTAUX DU MARKETING STRATÉGIQUE

Stratégie marketing : diagnostiquer le marché, choisir ses cibles et déployer

Le plan marketing se résume souvent à la reconduction des actions de l'année précédente. Les cibles ne sont pas tranchées le positionnement reste implicite et chaque service défend ses priorités. Les budgets se dispersent et les résultats deviennent difficiles à expliquer devant la direction. Ces 14 heures suivent la chaîne complète du diagnostic au déploiement. Le participant analyse son marché segmente et choisit ses cibles formule un positionnement et une proposition de valeur puis traduit ces choix en feuille de route budgétée et en indicateurs de suivi.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 750 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Responsables marketing chefs de produit dirigeants de PME et toute personne chargée de construire une offre et son plan marketing.

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Analyser un marché et la position de son offre face à la concurrence
- Segmenter une clientèle et choisir ses cibles prioritaires
- Formuler un positionnement et une proposition de valeur différenciante
- Traduire la stratégie en feuille de route et en arbitrages budgétaires
- Définir les indicateurs qui permettent de vérifier la tenue de la stratégie

03 Programme détaillé

M1 Diagnostic de marché

- Regarder avant de décider
- Analyse de la demande et des comportements d'achat
- Lecture de l'offre concurrente et des substituts
- Forces et faiblesses internes
- Signaux d'évolution du marché et sources à suivre
- Cas pratique : Les participants construisent le diagnostic d'un marché qu'ils connaissent.

M2 Segmentation ciblage positionnement

- Choisir c'est renoncer
- Critères de segmentation utiles à la décision
- Évaluation et hiérarchisation des segments
- Formulation du positionnement
- Proposition de valeur et preuves associées
- Confrontation du positionnement à la parole des clients
- Atelier : Chaque participant rédige puis soumet au groupe son énoncé de positionnement.

M3 Du positionnement au plan d'action

- Traduire la stratégie en décisions
- Déclinaison sur l'offre le prix la distribution et la communication
- Arbitrages entre conquête et fidélisation
- Construction du budget et des priorités
- Calendrier de déploiement par trimestre
- Mise en situation : Les participants arbitrent un budget marketing contraint entre plusieurs actions concurrentes.

M4 Déploiement et pilotage

- Tenir la stratégie dans le temps
- Alignement des équipes commerciales et marketing
- Indicateurs de résultat et indicateurs d'avancement
- Rythme de revue et corrections de trajectoire
- Présentation de la stratégie à la direction
- Atelier : Chaque participant prépare la présentation de sa feuille de route à un comité de direction.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 750 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr