

Réf : L0601

Direction Marketing

Population : - Directeurs Marketing, chefs d'entreprises, responsables Marketing, responsables commerciaux	Objectifs : - Appréhender le nouvel environnement Marketing et ses évolutions - Maîtriser les outils du Marketing Opérationnel et Stratégique Passer de la logique Marketing à la mise en place du PAC - Etre force de proposition quant aux nouveaux outils Marketing (e-Marketing)	
Programme :	<p>Module 1 : Marketing Stratégique - Théorie et Réalité Les fondamentaux de l'analyse stratégique Les stratégies concurrentielles Les stratégies de portefeuille d'activités</p> <p>Module 2 : Du Marketing au PAC Du Marketing au Plan d'Actions Commerciales (PAC) Analyser l'existant, le point de départ du PAC Savoir prendre la décision Mettre en place et lancer le plan</p> <p>Module 3 : Les Techniques du Marketing Opérationnel Le lien entre le Marketing Opérationnel et la Vente Les 3 outils indispensables Les moyens de communication à maîtriser Marketing opérationnel Les outils de contrôle</p> <p>Module 4 : Le E-Marketing Connaître les nouvelles possibilités offertes par Internet Intégrer Internet dans la stratégie marketing Elaborer et construire un site Internet Réussir et de développer sur Internet</p>	
Période :	A déterminer	
Durée :	08 jours	
Animateur(s)	Niveau d'Etude	Fonction Occupée