

Fiche d'Expression de Besoin de Formation **(Marketing/Etude de marché)**

Organisme demandeur : Sup de Vente

Adresse : 51, Boulevard de la Paix, 78100 Saint Germain en Laye

Date de la demande :

1) Contexte et raison de la formation recherchée :

Dans le cadre des formations commerciales dispensées à Sup de Vente il s'agit de préparer les apprenants à une approche analytique et stratégique des marchés cibles, facteur clé de réussite pour le développement commercial et la gestion des risques sur des marchés locaux ou internationaux. Les entreprises attendent une maîtrise des techniques de marketing opérationnel et relationnel et la capacité de mener en toute autonomie des études marketing.

2) Objectifs poursuivis

Compétences à acquérir :

- Maîtriser les méthodes et outils d'élaboration d'un diagnostic entreprise
- Mener une étude de marché
- Réaliser une analyse de segment de clientèle et de gamme de produits
- Identifier le positionnement de l'offre de l'entreprise, ses atouts et ses faiblesses
- Identifier les cibles marketing et proposer une stratégie adaptée aux cibles
- Définir les critères de sélection des partenaires potentiels (réseaux de distribution traditionnels et e-business)

3) Résultats à atteindre :

A la fin de la formation, les participants seront capables de :

Résultat attendu :

- Faire un diagnostic entreprise de leur structure d'accueil au regard d'un projet de développement commercial
- Définir une stratégie Marketing
- Réaliser une étude de marché
- Mener un projet Marketing dans un environnement service/achats

4) Public concerné :

Etudiants en alternance des filières

Lot 1 : Stratégie Marketing / Etude de marché (EGC 3)

Lot 2 : Manager en Ingénierie d'Affaires (M1 MIA),

Manager en Ingénierie d'Affaires (M2 MIA) : Etude de marché,

Master Marketing Opérationnel (MOI 2) Marketing mix international

Lot 3 : Master Marketing Opérationnel (MOI 2) : Marketing opérationnel et projet Marketing

Lot 4 : Master Management Qualité Relation Client (M1+M2) : Marketing Relationnel,

Master Management Qualité Relation Client (M2) : Marketing des services,

Master Management Achats Qualité Fournisseur : Marketing achats

5) Condition de réalisation de la formation,

Nombre prévisionnel de groupes et durée des sessions :

Lot 1 : 2 groupes, 7 à 10 jours/groupe

Lot 2 : 3 groupes, 4 à 6 jours

Lot 3 : 1 groupe, 5 à 7 jours

Lot 4 : 4 groupes, 2 à 4 jours

Période : septembre 2019 à juillet 2020

Modalités pratiques de fixation des dates de formation : transmission avant fin juillet 2019

Lieu : La formation peut se dérouler selon les groupes à Paris ou Saint Germain en Laye.

Effectif : Maximum de participants par session : entre 15 et 35 apprenants

Méthodes pédagogiques : cas pratiques, coaching, mise à disposition d'une boîte à outil opérationnelle, approche digitale, mises en situation,

Supports de cours : à transmettre au responsable pédagogique au plus tard 15 jours avant la première intervention.

Version numérisé mise à la disposition des apprenants sur Blackboard (LMS de Sup de Vente)

Evaluation : livrable, étude de cas, quizz, soutenance en fonction des niveaux

6) Profils recherchés

Consultant(e) ou intervenant(e) professionnel(le) diplômé(e) niveau Bac+4/5 avec une expérience professionnelle dans le Marketing en France ou à l'international (Responsable Marketing, chef de projet marketing digital, Directeur Marketing Opérationnel)

Rédacteur de Sup de Vente : Heike JABOT

Date : 7 juin 2019

Signature