



PROGRAMME DE FORMATION **« Réussir sa démarche marketing »** **2026**

Public visé	Créateurs et dirigeants d'entreprises
Prérequis	Aucun
Modalités & délais d'accès	Intra-entreprise, en présentiel et/ou à distance (classe virtuelle) Après analyse du besoin, délais d'accès sous 1 mois
Durée	3 jours
Tarif	1 200 euros HT et 1 440 euros TTC
Évaluation & suivi	Analyse du besoin et suivi Feuilles de présence Évaluation du formateur Auto-évaluation des stagiaires avant et après Certificat de réalisation Questionnaire de satisfaction

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

PAR-DESSUS L'MARKET est particulièrement sensible à l'intégration des personnes en situation de Handicap. Contactez **Ariane TRESELER**, afin d'étudier les possibilités de compensations disponibles au **06 23 62 01 13**.

Par-dessus l'Market ; Numéro de Siret : 51921472000012 ;
adresse : 20 chemin des peupliers-69 300 Caluire et Cuire ;
06 23 62 01 13 - a.treseler@pdlm.fr - www.pardessuslmarket.fr
n°de déclaration d'activité : 84691689169 ; ce numéro de vaut pas agrément de l'état



Objectifs pédagogiques

- Identifier les fondamentaux des techniques marketings adaptés à la commercialisation
- Savoir élaborer une démarche marketing visant à assurer le développement pérenne de sa structure (stratégie marketing opérationnel et plan d'actions)
- Intégrer la dimension et le fonctionnement métier à sa démarche marketing
- Savoir identifier et segmenter sa clientèle

Méthodes mobilisées

L'action de formation professionnelle est dispensée grâce à la mise en œuvre d'un processus pédagogique consistant à alterner les exposées théoriques et pratiques concourant au transfert des connaissances dans le respect de l'action de formation.

Chaque stagiaire se voit remettre un support pédagogique lui permettant de suivre le déroulement des séquences de formation tout en conservant un support matériel.

Le formateur utilise un vidéoprojecteur pour faciliter la présentation du contenu pédagogique de la formation.

Contenu de la formation

- Séquence 1 : Définir les enjeux et les intégrer à la dimension de l'entreprise
- Séquence 2 : Elaboration et mise en œuvre d'un diagnostic marketing
- Séquence 3 : Amener à bien identifier et cerner ses segments de clients visés
- Séquence 4 : Amener à savoir parler de son offre simplement en quelques mots et la valoriser
- Séquence 5 : Sensibiliser aux étapes d'élaboration d'un plan d'actions marketing
- Séquence 6 : Identifier les étapes indispensables d'une démarche marketing