

Elaborer sa Stratégie Marketing

Lien : https://maroc-performance.com/formation/elaborer-sa-strategie-marketing

DURÉE
2 jours (14h)

RÉFÉRENCE
MC25

CATÉGORIE
Marketing Stratégique

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Définir une stratégie marketing adaptée aux objectifs de l'entreprise
- Elaborer un diagnostic stratégique
- Identifier les leviers de l’innovation et les sources d’avantage concurrentiel
- Maîtriser les outils d’aide à la décision stratégique

POUR QUI ?

- Responsable marketing opérationnel en prise de fonction, manager marketing opérationnel et communication
- Chef de produit, chef de marché, assistant chef de produit
- Manager commercial en charge du marketing opérationnel
- Chef de projet marketing opérationnel, chef de projet marketing multicanal, chef de projet marketing et communication
- Chargé(e) de communication marketing, responsable de promotion



Programme détaillé

1 / La stratégie marketing et la stratégie d’entreprise

- Replacer le marketing stratégique dans la demande globale du marketing
- Choix stratégiques et orientations de l'entreprise : cohérence, cadre de référence, indicateurs de résultats
- Champ d’action du marketing stratégique et corrélation avec la stratégie d’entreprise
- Les rôles et les missions du marketing
- Les différentes segmentations des activités
- Intégrer la démarche stratégique

2 / Le diagnostic stratégique de l’entreprise

- Le diagnostic de situation : démarche, principes clés
- Identification de l'environnement : analyse interne et externe
- La matrice SWOT
- L’importance du digital

3 / Choix de ses stratégies

- Chemins stratégiques qui s’offrent à l’entreprise
- Les stratégies concurrentielles (Kotler) et de croissance (Ansoff)
- Les dilemmes stratégiques de l’innovation
- La diversification de l’entreprise autour d’une activité, d’une marque
- Identification des avantages et des risques
- Les critères de choix d’un chemin stratégique
- Gestion d’un portefeuille d’activités

Maroc Performance

- Les matrices d’aide à la décision stratégique : BCG, Mac Kinsey (atouts/attraits)

4 / Le Marketing stratégique

- Segmenter, cibler, positionner
- Les différents niveaux de segmentation : marketing, stratégique, client, produits...
- Le ciblage : principe et intérêt
- Le positionnement : origine du positionnement et sa composante duale
- Les différents types de positionnement
- Le positionnement et mix-marketing : un principe de cohérence
- Les mapping de positionnement

5 / Introduction au plan marketing

- Pourquoi faire un plan marketing ?
- Le lien et la différence entre marketing stratégique et marketing opérationnel
- Les différents niveaux de plans
- Les étapes clés pour construire un plan marketing

Maroc Performance

Approche pédagogique

- ✔ Support Ecrit et Projection
- ✔ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✔ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✔ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✔ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✔ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

22 au 23 Déc. 2026	Distanciel
14 au 15 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
16 au 17 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 14 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 14 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance