Marketing chef de produit - Initiation

https://www.estim-formation.com/formation-marketing-chef-produit-initiation

Objectifs de la formation

- Acquérir les méthodes de base du marketing.

Programme pédagogique

Développer ses capacités créatives

- Lever ses inhibitions et s'autoriser à imaginer
- Développer fluidité, flexibilité et originalité pour la production d'idées
- Élargir sa perception et voir les choses autrement

Pratiquer activement cinq techniques de créativité, seul ou en groupe

- S'échauffer pour produire des idées : un préalable indispensable
- S'entraîner au brainstorming, à la méthode TONI, aux trois vœux, au mot, au hasard et à la matrice de découverte

Marketing relationnel : processus lié au cycle de vie client

- Cycle de vie client : succession de moments de vérité qui ponctuent la relation
- Matrice décisionnelle RADAR : repérer les cibles à valeur et définir des actions One to One
- Savoir gérer la relation client au travers des différents canaux relationnels : Web, Call center, force de vente, marketing direct, point de vente...

Exploiter les sources d'informations marketing

- Bases de données marketing : quel contenu pour quelles actions ? Quel enrichissement prévoir ?
- Utiliser les bases de données marketing et outils de Data Mining pour optimiser en permanence processus, mesures et supports de relation clients
- Mettre en place et exploiter un système de veille ou une action de benchmarking

Prérequis et public cible

Modalité d'évaluation pédagogique

Evalution des compétences acquises par les stagiaires :

A l'issue de la formation, un contrôle de connaissances permettra d'évaluer les compétences acquises par chaque participant.