

AA201

PERFECTIONNEMENT

2 jours 14 heures

1 664 €

Exonérés de TVA
Déjeuners offerts

Marketing stratégique appliqué à l'assurance

De l'analyse à la mise en œuvre

OBJECTIFS

- **Cadrer les missions et les enjeux du marketing stratégique**
- **Se familiariser avec les méthodes et les outils permettant d'établir un diagnostic stratégique**
- **Augmenter l'efficacité de ses démarches marketing**

PROGRAMME

A. PLACE ET RÔLE DU MARKETING STRATÉGIQUE DANS L'ENTREPRISE

1. Marketing stratégique, marketing opérationnel, marketing relationnel
2. Stratégie d'entreprise et marketing stratégique : interactions et enjeux

B. ANALYSE STRATÉGIQUE ET DIAGNOSTIC

1. Analyse du marché et de l'environnement
2. Diagnostic

C. STRATÉGIE MARKETING

1. Différents types de stratégies marketing
2. Formuler et décliner une stratégie marketing orientée vers le client
3. Segmentation des marchés et ciblage marketing
4. Positionnement marketing

D. MIX-MARKETING : UN CONCEPT FONDAMENTAL

1. Politiques produits / services, prix, communication, distribution et vente
2. Marketing des services

E. PLAN MARKETING

PUBLIC

- Responsables marketing
- Chefs de produits
- Responsables de marchés
- Responsables commerciaux
- Responsables communication

PRÉ-REQUIS

Formations IFPASS suivies ou connaissances équivalentes.
AA200

POINTS FORTS

Le formateur expose et échange avec les participants sur la mise en œuvre d'une stratégie marketing.

FORMATEUR(S)

Cette formation est animée par un professionnel de l'assurance, formateur expert de l'Ifpass.

SESSION(S) 2018

Paris,

7 et 8 juin 
19 et 20 novembre 

Disponible en régions
sur demande

PERSONNALISATION DE PARCOURS

Un questionnaire préparatoire sera remis en amont de la formation au participant lui permettant de faire remonter auprès du formateur ses attentes et besoins spécifiques.

VALIDATION

Une attestation sera remise au stagiaire à la fin de la formation.