

S'initier au marketing dans l'assurance

Le client au cœur de la réflexion

COMPÉTENCES VISÉES

- **Comprendre** le rôle et le processus du marketing dans l'entreprise.
- **Se familiariser** avec les principes fondamentaux du marketing, son langage.
- **Comprendre** et s'approprier les principaux outils.

PROGRAMME

A. MARKETING DANS L'ENTREPRISE

1. État d'esprit : placer le client au centre de la réflexion
2. Démarche transversale
3. Rôles et responsabilités des différents acteurs du marketing dans l'entreprise

B. MISSIONS ET ENJEUX DU MARKETING

1. Enjeux
2. Trois missions : diagnostiquer, recommander et mettre en œuvre
3. Étapes complémentaires : le marketing stratégique, le marketing opérationnel, le marketing relationnel

C. PRINCIPAUX CONCEPTS ET LANGAGE DU MARKETING

1. Produits et marchés
2. Segmentation
3. Ciblage
4. Positionnement

D. DÉMARCHE MARKETING

1. Analyse de l'environnement et diagnostic interne
2. Objectifs et stratégie marketing
3. Segmentation, ciblage et positionnement
4. Mix-marketing
5. Gestion de la relation client

E. QUATRE LEVIERS D'ACTION DU MIX-MARKETING

1. Produit
2. Prix
3. Distribution
4. Communication

PUBLIC

- Cadres et collaborateurs non spécialistes du marketing, débutants en marketing
- Cadres et collaborateurs appartenant à des services autres que le marketing, devant travailler en synergie avec le marketing

PRÉ-REQUIS

Formations IFPASS suivies ou connaissances équivalentes. AA129

POINTS FORTS

Un exposé et des échanges permettent aux participants non spécialistes de s'initier au marketing dans l'assurance.

FORMATEUR(S)

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

SESSION(S) 2021

Dates disponibles sur le site www.ifpass.fr

Session(s) continue(s)

Disponible en régions sur demande

MÉTIERS VISÉS

02B - Marketing opérationnel

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 DES ACQUIS

- Évaluation des acquis de la formation par des exposés
- Questionnaire d'évaluation à chaud proposé à la fin du stage
- Une attestation sera remise au stagiaire à la fin de la formation