Comprendre et anticiper son marché

Pourquoi l'intelligence économique est capitale pour votre entreprise

14 heures
2 jours

Lieu de formation
Dans votre entreprise.
Au centre de formation.

Pour qui ?

- Responsable marketing et commercial.
- Chef de produit, chef de marché, ingénieur commercial et avant-vente.
- Responsable des études, veille et prospective en prise de fonction.
- Toute personne en charge de la veille marketing et concurrentielle.

Prérequis

- Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Objectifs

- Acquérir une méthodologie dans sa démarche de veille marketing et concurrentiel.
- Connaître les outils de veille marketing et concurrentielle à disposition, notamment sur le web et réseaux sociaux.

Enjeux

- Acquérir les fondamentaux.

Points forts de la formation

- Un atelier d'anticipation des stratégies concurrentielles permet de s'entraîner pendant la formation.
- Une démonstration des outils et de recherche sur internet complète sur la veille marketing et concurrentielle.

Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :
Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.
Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.
Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.
Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.
Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous : contact@possibility.fr www.possibility.fr

Réf : FMK-11-0

Découvrez le programme de formation générique

Programme

1ère étape : Veille Marketing et concurrentielle : les enjeux

- Les champs de surveillance de la veille Marketing.
- La prospective Marketing et Commerciale : de l'information à la prise de décision.
- Optimisation de la veille : structure et synergie marketing/vente.
- Les principes clés : proactivité ; signaux faibles ; éthique ; sécurité.

2ème étape : Veille Marketing et concurrentielle : étape et méthodes

- Sélection des champs de veille prioritaire et des outils appropriés.
- Repérage, recueil et validation des renseignements utiles.
- De l'information passive à l'information « intelligente ».
- La diffusion de l'information.

3ème étape : Développer sa veille sur le web et médias sociaux

- Les sources d'information formelles et informelles du Web : site, blogs, forums, presse en ligne, médias sociaux…
- Moteurs et méta-moteurs de recherche.
- La surveillance de sites : fils RSS
- Les médias sociaux comme source de veille.

4ème étape : Anticiper les stratégies des concurrents

- 5 questions à se poser sur un concurrent.
- Analyse critique de la concurrence et scénarios concurrentiels.
- La fiche concurrence : contenu type.
- La veille concurrentielle sur un salon et sur le web.
- Méthode des groupes stratégiques.

5ème étape : Connaissance des clients et marchés en B to C et B to B

- Les informations nécessaires : besoins, motivations, processus, décisionnel, tendance clés, …
- Sources appropriées à la veille et à la prospective : banque de données, recherche informelle, …
- L'écoute client en B to B et l'accompagnement terrain : utilité, techniques et limites.