Définir sa stratégie de développement

Non-certifiante | Formation continue

Réf. : 2286330F — Mise à jour : 15 janvier 2026

Organisme responsable : **AGIPLUS**

Présentation de la formation

Objectifs

Acquérir une vision complète et actuelle du marketing stratégique et de son influence sur l'entreprise

Enrichir sa pratique et déceler de nouvelles pistes de développement

S'approprier les modèles d'aide à la décision

Programme

Stratégie marketing : la démarche

Étapes et champs du marketing stratégique Les enjeux de l'expérience client

Les différentes stratégies marketing

Marketing stratégique : l'audit externe

L'analyse macro-économique : tendances et influences indirectes. L'approche par le cycle de vie du marché.

Les 5 forces de Porter : identifier la concurrence.

Marketing stratégique : la segmentation du marché

L'arbre de segmentation.

L'analyse des besoins et motivations. Les critères de segmentation pertinents.

De l'audit aux choix stratégiques : les modèles d'analyse

L'attractivité du marché versus la compétitivité de l'entreprise.

Les différents modèles d'aide à la décision : BCG, Kinsey, ADL. L'audit SWOT et les choix d'orientations stratégiques.

Quatre approches stratégiques : Ansoff, Porter, Kotler et Océan bleu.

Les étapes de la stratégie marketing à son déploiement.

Élaborer un positionnement source de valeur

Choix d'un positionnement : les stratégies de différenciation. Critères pour un positionnement pertinent.

La démarche de positionnement.

Déployer la stratégie marketing

Structure d'un plan marketing

Déployer la stratégie autour des 5P du Mix-marketing

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée	Niveau de sortie
Aucun prérequis	**Sans niveau spécifique**

Métiers associés

M1702 — Analyse de tendance

M1703 — Management et gestion de produit

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2175280S	Présentiel	Camoël	01/01/2026	31/12/2026

Source : GREF Bretagne #2286330F