

MODULE 2		MARKETING
OBJECTIFS	CONTENUS	
	03 jours	
<p>Permettre aux entrepreneurs d'acquérir et ou d'améliorer les compétences commerciales</p> <p>Disposer d'outils pour mieux connaître et fidéliser les clients ;</p>	<p><i>Esprit marketing et culture entrepreneuriale</i></p> <p>Le plan marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produit : Qualité et marché, normalisation, marque, étiquetage, diversification, liste de contrôle 2. Prix : établissement de prix, comparaison des prix, stratégies de prix 3. <i>Place</i> : Coûts, lieu stratégique, infrastructure adaptée <p><i>Promotion</i> : Clientèle potentielle, prix de promotion, brochures, publicité à travers des journaux, TV, radio, Internet, foires, expositions</p> <p><i>Comment engager une étude de marché</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Description de produit 2. Segment de marché du produit 3. Analyse de demande (qui achète ? où ? quand ? à quel prix ?) 4. Analyse de l'approvisionnement 5. La concurrence 6. Prévision de ventes <p>Revue explicative des fiches d'administration de questionnaire et choix des segments de marché de produit à étudier.</p>	