

SP9 - Marketing Industriel

Outils stratégiques et opérationnels pour l'export



OBJECTIFS

Comprendre les articulations de la méthodologie Business Plan Industriel complet dans un environnement international. Connaître les éléments constitutifs et les articulations d'un Business Plan. Comprendre les relations logiques de la méthodologie pour faciliter la prise de décisions stratégiques (développement produits, export, commercial, communication, ressources...). Intégrer des outils permettant un processus de différenciation (environnement international, normatif, de filière...).



APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Démarche fondée sur l'alternance d'exposés, de brainstorming, de jeux, d'ateliers pratiques et de travaux de groupe pour favoriser la pédagogie, l'échange et in fine, l'intégration et le transfert des compétences. Formule participative et interactive.



PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Connaissances du management de projet et de gestion commerciale.
Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants.



PROGRAMME

FONDEMENTS DU MARKETING B TO B

- Étude pratique et participative du marketing dans l'industrie
- Évolution du marketing depuis son intégration dans les entreprises
- Les enjeux du marketing industriel

MÉTHODOLOGIE PLAN MARKETING B TO B

- Analyse et construction de la matrice marketing industriel
- Analyse et interconnexions des éléments de marketing industriel
- Focus particuliers (matrice segment produits, mix marketing etc...)

STRATÉGIE EXPORT

- Intégration de la stratégie export à la méthodologie Business Plan
- Enjeux internationaux

STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION

- Outil pratique de benchmarking à l'international
- Analyse de concurrence 3.0 pour un meilleur positionnement

SPÉCIFICITÉS DES MARCHÉS INDUSTRIELS À L'INTERNATIONAL

- Logiques de filières
- Concurrence internationale
- Exemple de la filière aéronautique

ÉTUDE DE CAS – BUSINESS PLAN MARCHÉ AÉRONAUTIQUE



07 et 08 décembre 2024



1390 €

(HT)



2 jours

14h



Managers et intervenants commerciaux de l'entreprise (cadres et dirigeants) pour qui ces outils permettront une approche concrète, structurée et aboutie du marketing industriel (BtoB).



Ancien directeur marketing dans l'industrie aéronautique et fort d'une expérience de 13 ans comme cadre dans le marketing industriel, cet intervenant a créé une start-up innovante de conseil et d'innovation en marketing industriel. Ce consultant conseille les sociétés industrielles dans leur plan marketing (stratégie, opérationnel, commercial et communication).

SE PRÉPARER EFFICACEMENT

+33(0)1 40 73 34 44

info@formatex.fr

www.formatex.fr