

Formation : Réussir son marketing des services

Analysez, segmentez, positionnez et déployez efficacement votre offre

Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. RKE

Prix : 1360 € H.T.

Comprendre les spécificités des services et les comportements clients est essentiel pour développer des offres adaptées. Cette formation vous apporte les clés du marketing des services pour segmenter, cibler et positionner efficacement vos offres, puis concevoir et déployer des services performants et fidélisants.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre les spécificités des services et leurs impacts
- ✓ Segmenter son marché et cibler ses clients
- ✓ Construire le mix marketing
- ✓ Prendre en compte la qualité de service
- ✓ Élaborer son plan marketing

Public concerné

Chef de produit. Chargé et responsable d'études marketing.

Prérequis

Aucun

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Exposés théoriques. Exemples. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

PARTICIPANTS

Chef de produit. Chargé et responsable d'études marketing.

PRÉREQUIS

Aucun

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Comprendre les spécificités des services et conséquences sur les consommateurs

- Comparer le marketing des services et le marketing classique
- Définir la notion des services et ses caractéristiques fondamentales
- Identifier les services et leurs critères de segmentation
- Illustrer la qualification des spécificités des services au travers d'exemples sectoriels
- Analyser les conséquences sur les comportements consommateurs

Exercice

Positionner différents secteurs des services et qualifier les comportements des consommateurs.

2 Segmenter son marché, cibler ses clients et positionner son service

- Identifier la segmentation
- Déterminer le ciblage

Exercice

Identifier les critères possibles de segmentation du marché donné dans l'univers des services.

3 Construire le mix de son offre de services

- Connaître les 7 P versus les 4 P :
- - Définir le Produit de service
- - Structurer la dimension Personnel
- - Fixer le(s) Prix
- - Déployer la Place
- - Concevoir la stratégie de Promotion
- - Formaliser les Processus
- - Préciser la participation

Exercice

Simuler la construction d'un mix marketing pour un nouveau service.

4 Intégrer l'optimisation et le pilotage de sa qualité de service

- Présenter le modèle global
- Identifier les enjeux
- Définir les critères de qualité
- Mesurer la qualité
- Déployer une politique qualité

Etude de cas

Analyser les questionnaires de satisfaction et indiquer des leviers d'amélioration.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

5 Élaborer son plan marketing

- Diagnostiquer la situation actuelle
- Clarifier les objectifs
- Choisir les leviers d'action
- Établir un plan d'actions réaliste et pilotable
- Élaborer le budget
- Suivre les plans d'actions et évaluer les contributions

Exercice

Illustrer des méthodes d'identification des objectifs.