

“Inspirer les collaborateurs et les aider à réaliser la stratégie marketing de l’entreprise.”

Celemi Livon Lite™ est le moyen le plus rapide qui soit pour assimiler les bases du marketing et de la stratégie de marque. Point de départ : quatre entreprises se livrent une concurrence féroce sur un segment étroit du marché. La différenciation est faible. Conséquence : une clientèle instable et peu fidèle aux marques proposées.

Les équipes devront trouver le meilleur mode d'utilisation des ressources mises à leur disposition pour attirer une tranche ciblée de clients.

Les enjeux à discuter sont importants :

- Comment attirer et fidéliser une clientèle ?
- Quelles sont nos forces - et comment les exploiter ?
- Quel profil de marché recherchons-nous - et comment le communiquer ?

Les perceptions et les préférences des clients changent avec le temps en fonction du traitement dont ils font l'objet. Par conséquent, la part potentielle de marché d'une entreprise sera plus ou moins importante.

Les équipes évaluent leur performance :

- Ont-elles été capables de se positionner et de se maintenir sur un segment du marché ?
- Ont-elles été capables d'attirer les clients ciblés ?
- Ont-elles été capables de maintenir le niveau de prix recherché ?
- Ont-elles dépensé plus que nécessaire pour atteindre leurs objectifs ?



Ce que disent nos clients

“Une méthode très rapide et efficace pour connaître notre stratégie marketing. En nous mettant en position de compétition avec des collègues, vous nous forcez à donner le meilleur de vous-même. Merci !”

- Directeur commercial d'une multinationale industrielle, Russie

“Une bonne manière pour le plus grand nombre de comprendre les principes fondamentaux du marketing. Quelques heures très bien remplies !”

- Directeur Formation et Développement d'un groupe d'assurances, Moyen-Orient

“ À la fois ludique et instructif !”

- Conseiller en gestion d'entreprise, Suède

Le pouvoir du client

Quels bénéficiaires ?

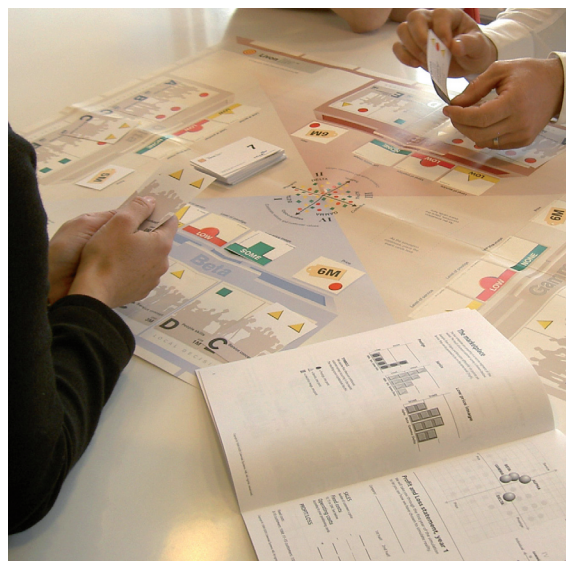
- Les personnes chargées de planifier et d'annoncer le lancement d'un nouveau produit ou service.
- Le service vente et marketing central de l'entreprise, qui peut ainsi acquérir une plus grande conscience des problèmes que doit affronter le même service au niveau local (et vice-versa).
- Les entreprises en cours de fusion ou d'acquisition qui doivent intégrer des marques différentes et donner à leurs personnels une perception commune du nouveau profil.
- Les cadres des entreprises en franchise qui tiennent à un profilage cohérent sur tous leurs sites.
- Les professionnels du marketing qui doivent communiquer les résultats de leurs études de marché et leurs futures implications.
- Les commerciaux, pour se perfectionner dans le ciblage et l'analyse des comportements des clients afin de fixer leurs priorités sans risque d'erreur.
- Les conseillers marketing, qui peuvent offrir le séminaire à titre d'avantage formation supplémentaire à leur clients.

Résultats essentiels

- Acquisition d'une vue d'ensemble de l'entreprise et meilleure compréhension des initiatives stratégiques et tactiques.
- Meilleures décisions pour une affectation optimale des ressources.
- Meilleure réponse aux besoins et préférences des clients.
- Meilleure compréhension par les cadres de l'impact de leurs décisions sur la vie de l'entreprise.
- Encouragement à la performance "glocale" (c'est-à-dire à la réalisation au niveau local de la performance globale)

Concepts clés

- Comportement du consommateur
- Positionnement
- Segmentation
- Carte perceptuelle (Brand mapping)
- Stratégie de prix
- Tracking publicitaire
- Budget



Fiche factuelle

Matériel

Tablette et accessoires de simulation d'entreprise.

Nombre de participants

De quatre personnes à plusieurs milliers, ensemble ou répartis sur plusieurs séminaires simultanés. Les participants travaillent par équipes de 3 à 4 personnes. Un animateur-formateur par ensemble de 25 - 30 personnes.

Participants

Membres de personnel de vente et de marketing.

Temps nécessaire

4 à 6 heures.

Animateur-formateur

Animateurs-formateurs certifiés par Celemi.

Langues

Anglais
Russe
Suédois



CELEMI

THE POWER OF LEARNING