

LES CLES DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DU FRANÇAIS PROFESSIONNEL

Clé 1 : MARKETING ET COMMUNICATION

« Définir son offre de cours en français professionnel et la promouvoir »

Catherine BRUNETEAUX-SWANN

DATES

22 et 23
novembre 2016

Objectifs

- ✓ Appréhender les fondements méthodologiques et les outils opérationnels pour mettre en place et développer un marketing des cours du français professionnel
- ✓ Comprendre les enjeux d'une stratégie de communication dans la création de notoriété et la fidélisation à la marque (l'entité), identifiée sur le marché du français professionnel

Méthodologie

- ✓ Formation participative basée sur des cas pratiques de marketing des cours de français professionnel. Par ailleurs, le cours s'appuie sur le diagnostic marketing préalable de votre établissement.

Public

- ✓ Toute personne en charge de développer une offre de cours en français professionnel : directeur, responsable marketing et/ou communication, directeur des cours, responsable pédagogique, enseignant.

Effectif maximum

- ✓ 15 personnes

Durée

- ✓ 14 heures / 2 jours

PROGRAMME

- ✓ Le système marketing : environnement, marché potentiel, concurrence pour une offre de cours en français professionnel
- ✓ La demande et la concurrence : modalités d'études et analyse
- ✓ La formulation d'un diagnostic : analyse interne/analyse externe, identification des défis clés et les opportunités stratégiques
- ✓ La définition de la stratégie marketing : objectifs, stratégie et plan marketing, segmentation et ciblage, positionnement et avantages concurrentiels
- ✓ Construire une démarche BtoB et BtoC
- ✓ Marketing mix : définition des 4 P
- ✓ Elaborer une stratégie d'offre et de tarification en fonction des publics
- ✓ Stratégies de communication pour développer les offres de cours en français professionnel
- ✓ Construire des relations avec ses clients : marketing relationnel et politique de fidélisation
- ✓ Mettre en œuvre sa stratégie marketing : plan d'actions marketing, plan d'action commercial et suivi

Outils remis

- ✓ Boîte à outils : étude de marché, stratégie marketing et communication
- ✓ Bonnes pratiques marketing et communication
- ✓ Fiche de plan d'actions marketing, plan d'action commercial et suivi

Intervenant



Après une expérience significative dans la gestion de la marque et la stratégie marketing pour de grands groupes internationaux, Catherine Bruneteaux-Swann a créé sa propre activité dans le conseil en stratégie marketing pour aider les entreprises locales à construire leurs marques et à développer leurs plans marketing et stratégie de communication. Catherine enseigne la stratégie de la marque, le management de l'innovation et la création d'entreprise, le développement de nouveaux produits et la stratégie marketing en écoles de management, notamment à l'ESSCA, à Sup de Vente, à Toulouse Business School, ainsi qu'à l'École Polytechnique de Milan.