PROGRAMME DE FORMATION

# Fondamentaux du marketing : étude de marché, cibles, positionnement et plan marketing

*Commerce, Marketing & Vente*

| RÉFÉRENCE | VERSION | ÉDITION | DOMAINE |
|---|---|---|---|
| WF-0493 | V2026-006 | 3 novembre 2026 | Commerce, Marketing & Vente |

| DURÉE | MODALITÉ | PROGRAMME | SANCTION |
|---|---|---|---|
| 21 h | Distanciel asynchrone (e-learning) | 6 modules<br>25 leçons | Attestation<br>et certificat de réalisation |

## Objectifs pédagogiques

- Analyser l'environnement et la concurrence d'une entreprise à partir de sources documentaires gratuites.
- Conduire une étude de marché à petit budget : questionnaire, entretiens, exploitation des résultats.
- Segmenter un marché, construire des personas et choisir des cibles prioritaires argumentées.
- Formuler une proposition de valeur et un positionnement distinctif, et fixer un prix cohérent.
- Construire un mix marketing cohérent avec la cible et le positionnement.
- Rédiger un plan marketing chiffré (objectifs, actions, calendrier, budget) et définir ses indicateurs de suivi.

# L'essentiel de la formation

## Public visé

Dirigeants de TPE, créateurs et repreneurs d'entreprise, assistants marketing et commerciaux qui doivent structurer la démarche marketing de leur entreprise ou d'un produit, sans formation préalable en marketing.

## Prérequis

- Aucun prérequis en marketing.
- Savoir utiliser un tableur à un niveau simple (saisir, trier, faire une somme) et un traitement de texte.
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet ; un projet ou une entreprise réelle à étudier est un atout, pas une condition.

## Modalités et déroulement

Formation à distance, en ligne, à rythme libre, organisée autour d'entreprises fictives (Maison Ardelle, torréfacteur artisanal avec boutique et vente en ligne ; Brévance, éditeur de logiciel B2B ; Atelier Solvène, institut de beauté de quartier — entreprises fictives, données fictives). Un test de positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon associe une vidéo d'explication, une fiche pratique à conserver et deux mises en pratique corrigées (études de cas, décisions argumentées, exercices sur tableur, rédactions) ; chaque module se clôt par un atelier de synthèse corrigé, une vidéo récapitulative et un quiz. Plus de la moitié du temps est consacrée à la pratique (cas, décisions, rédactions, livrables), le reste aux apports et aux évaluations. Accompagnement par un formateur par messagerie (réponse sous 48 h ouvrées), correction individuelle des livrables sur demande.

## Méthodes pédagogiques

- Positionnement en début de parcours
- Apports en vidéo : explications et démonstrations
- Études de cas
- Exercices d'application et mises en pratique corrigées
- Production de livrables professionnels
- Atelier de synthèse en fin de module
- Quiz et QCM d'auto-évaluation
- Accompagnement et retours du formateur

Répartition du temps de formation : **19 %** théorique · **54 %** pratique · **27 %** évaluation

## Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme de formation en ligne, accès individuel à distance
- Vidéos pédagogiques
- Fiches pratiques à conserver
- Quiz et exercices interactifs en ligne
- Correction des productions sur grille de critères
- Messagerie avec le formateur (réponse sous 48 h ouvrées)

## Modalités d'évaluation

Positionnement initial (non éliminatoire) ; correction automatique ou sur grille critériée de chaque exercice ; atelier de synthèse corrigé et quiz à la fin de chaque module ; évaluation finale interne : plan marketing synthétique pour le lancement d'une nouvelle gamme (diagnostic, cibles, positionnement, mix, objectifs, budget, indicateurs), corrigé sur grille, et questionnaire de 20 questions. Seuil de réussite interne : 70 % des critères. Une attestation de fin de formation précise les compétences évaluées ; aucune certification n'est délivrée.

## Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Cette formation n'est pas présentée comme préparant à une certification enregistrée : elle ne comprend ni inscription ni présentation à des épreuves de certification, et n'ouvre droit à aucune délivrance de certification ni au financement par le CPF.

## Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

## Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Vidéos sous-titrées et transcrites, fiches pratiques et corrigés en version texte lisible par les lecteurs d'écran, tableaux fournis aussi en format tableur accessible, navigation au clavier, rythme libre et durée allongeable pour les exercices chronométrés. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils, modalités d'évaluation).

## Tarif de la formation

Prix : **1 670 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

# Programme détaillé

6 modules, 25 leçons — durée totale 21 h.

### 01 Comprendre la démarche marketing et son environnement

1. Positionnement — fondamentaux du marketing
2. La démarche marketing d'une petite entreprise
3. Analyser l'environnement avec la grille PESTEL
4. Cartographier la concurrence
5. Atelier de synthèse — Comprendre la démarche marketing et son environnement

### 02 Réaliser une étude de marché à petit budget

1. Formuler la question d'étude et choisir sa méthode
2. Construire et diffuser un questionnaire
3. Mener des entretiens et exploiter les résultats
4. Atelier de synthèse — Réaliser une étude de marché à petit budget

### 03 Segmenter le marché et choisir ses cibles

1. Segmenter un marché
2. Construire des personas utiles
3. Choisir ses cibles prioritaires
4. Atelier de synthèse — Segmenter le marché et choisir ses cibles

### 04 Positionner son offre

1. Formuler une proposition de valeur
2. Construire une carte de positionnement
3. Fixer un prix cohérent
4. Atelier de synthèse — Positionner son offre

### 05 Construire le mix marketing

1. Structurer la gamme
2. Choisir ses canaux et dessiner le parcours client
3. Choisir ses messages et ses canaux de communication
4. Atelier de synthèse — Construire le mix marketing

### 06 Rédiger et piloter son plan marketing

1. Fixer des objectifs SMART et un budget
2. Planifier les actions
3. Suivre les indicateurs et ajuster le plan
4. Atelier de synthèse — Rédiger et piloter son plan marketing