

Concevoir et mettre en œuvre une politique marketing efficiente pour son offre de services

Objectif pédagogique	<ul style="list-style-type: none"> Appréhender les particularités des services et leurs implications en termes de marketing stratégique et opérationnel Savoir adopter une démarche marketing et un mix opérationnel appropriés aux spécificités du marketing des services
Durée	<p>2 jours (14 heures)</p> <p style="text-align: right;"><u>Prix intra par jour :</u> 950€ pour un groupe jusqu'à 8 personnes</p> <p style="text-align: right; font-size: small;"><i>Esope est enregistré en tant qu'organisme de formation sous le N° 24 37 01722 37. A ce titre, la formation peut être prise en charge par votre OPCA</i></p>
Les formateurs	Consultants spécialistes du marketing des services et coresponsables du « Master Marketing des services » à l'Université de Tours
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> Les enjeux des services en marketing B to C et B to B Pourquoi le consommateur adopte-t-il un comportement spécifique lorsqu'il achète des services ? Focus sur les spécificités du marketing des services et leur impact sur le comportement du consommateur Une réflexion stratégique tournée vers la valeur client Le système de servuction : quel impact sur l'organisation ? L'importance du marketing interne Comment innover dans le secteur des services ? L'enjeu des blueprints Le yield management : une réponse à la périssabilité des services Comment communiquer dans les services ? Savoir gérer la relation client (CRM) L'enjeu du web dans le marketing des services
Démarche pédagogique	Alternance d'exposés (comprenant de nombreuses illustrations) et d'études de cas. Remise de supports de formation.
Public	<ul style="list-style-type: none"> Dirigeants d'entreprises Responsables marketing, commercial Cadres, responsables ou chargés d'études, chefs de produit Entreprises de services ou entreprises fabriquant des produits avec une dimension service importante (services en soutien des produits)
Pré-requis	Connaissances générales en management, notions de marketing