

EXECUTIVE EDUCATION

| le savoir vivant |

# Stratégie marketing

FORMATION COURTE

+41 (0)21 692 60 60  
hec.execed@unil.ch  
execed.unil.ch/strategie-marketing



THINK  
OUTSIDE  
THE BOX

*Unil*  
UNIL | Université de Lausanne  
HEC Lausanne



## À PROPOS

La stratégie Marketing doit prendre en compte de multiples variables et **l'évolution rapide du comportement du consommateur implique d'être agile** pour une entreprise. Comment définir une stratégie marketing grâce à un plan pertinent et des actions mesurables et minimiser l'impact des aléas de la conjoncture et de la globalisation ?

## OBJECTIFS

**Définir les concepts de base** liés au marketing stratégique ainsi que l'importance des nouvelles technologies et des big data.

**Identifier les variables du marketing mix et définir leurs rôles** dans la stratégie marketing de l'organisation.

Déterminer le processus de sélection de marché, les types de modes d'entrée et discuter des stratégies d'expansion et de croissance.

## PUBLIC CIBLE

Toute personne intéressée à comprendre les décisions de standardisation d'adaptation du marketing mix (prix, promotion, placement, produit).

**Dirigeant·e·s de PME ou start-ups** souhaitant établir une stratégie marketing performante.

**Directeur·trice·s et manager·s en marketing ou communication** désireux d'actualiser leurs connaissances et partager leurs défis.