



Dans un contexte de plus en plus concurrentiel pour les vins français, il convient de sensibiliser les acteurs à la nécessité d'une démarche marketing dans toute structure de commercialisation viticole. Cette démarche doit conduire à la mise en place d'une stratégie marketing à 360° et permettre de travailler de façon cohérente l'ensemble du mix marketing.

### Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les enjeux des 5 grandes étapes de la démarche marketing
2. Intégrer les différents éléments constitutifs du marketing à 360° dans le monde du vin
3. Appréhender les spécificités marketing propres aux vins de marques, aux AOC et aux noms de châteaux
4. Savoir créer et vendre un concept marketing en déployant les moyens marketing
5. Apprendre à pitcher en 10-15 minutes un concept Marketing et faire preuve de sens critique sur les pitches des autres étudiants

### Déroulé pédagogique

#### Jour 1 : 6 heures

- **Appréhender la démarche Marketing et ses 5 grandes étapes :**
  1. Analyse - Diagnostic
  2. Fixation des objectifs
  3. Stratégie
  4. Marketing-Mix
  5. Plan d'actions
- **Déployer le Marketing à 360° sur l'ensemble du mix à partir du concept marketing choisi :**
  - UNIVERS VISUEL & GRAPHIQUE
  - PRODUITS
  - PRIX
  - PACKAGING/ CONDITIONNEMENT
  - MATERIEL PUBLICITAIRE
  - ON/OFF TRADE
  - EVENEMENTIEL RP
  - PARTENARIATS
  - OENOTOURISME
  - DIGITAL
  - PRESSE
  - FORCE DE VENTE

#### Jour 2 : 3 heures

- **Rappel du Marketing à 360° et application avec étude de cas pratique : Le lancement d'un nouveau produit**
  - ⇒ Chaque groupe passe à l'oral pour pitcher son projet. Questions/réponses avec l'assistance. Débriefing par le formateur avec exemple de lancement de produit.

- **Durée: 1,5 jours (9h)** en présentiel
- **Stage proposé en :** inter-entreprises et intra-entreprise (sur mesure)
- **Si issus du diplôme : Mastère Spécialisé « Manager de Domaines Viticoles »**
- **Dates et tarifs:** Voir le [Calendrier des Formations Courtes](#) (sur le site web, rubrique « formation continue »)
- **Nombre de personnes :** 15-20 max
- **Equipe pédagogique (Nom, fonction + organisation) :**
  - M.ROUYER, Expert en marketing et développement commercial Vins et spiritueux
- **modalités d'évaluation :** test de positionnement et questionnaire d'évaluation
- .

- **Publics cibles :** Futurs Manager de domaines, responsable marketing, chef de produit, assistant chef de produit
- **Pré-requis ; conditions d'accès :** Avoir des notions de base de marketing stratégique et opérationnel (Mix marketing)
- **Modalités pédagogiques**  
Alternance de cours théoriques et de mise en application sur des cas concrets issus de la réalité des entreprises.

**Modalités de financement :** plan de développement des compétences, OPCO, Pôle Emploi, financement personnel, ...

**Contact inscriptions et financement:** [formco@agro-bordeaux.fr](mailto:formco@agro-bordeaux.fr) / 05 57 35 07 67