Stratégie marketing

Les fondamentaux du Trade Marketing

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C24TRADE | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Élaborer des plans d'action multicanaux.
- Construire et utiliser des outils de « revente » performants.
- Définir les KPI's et piloter la mise en œuvre des plans.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Responsables Trade marketing, Trade shopper marketing manager, Category Manager stratégique, Responsable marketing, Responsables enseignes, Chef de produit.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Élaborer une stratégie trade marketing multicanal

- S'approprier les enjeux du Trade marketing multicanal : démarche, outils et facteurs de réussite.
- Faire le diagnostic à 360° de son marché pour identifier les sources de croissance pour ses marques : méthode et données.
- Analyser le parcours shopper et son arbre de décision pour déterminer ses freins et déclencheurs d'achat.
- Du marketing client à la stratégie trade marketing shopper : réaliser la cartographie des besoins client et l'inventaire de ses produits pour apporter les solutions trade marketing adaptées.
- Prendre en compte la politique commerciale de son entreprise, les stratégies enseigne et le cadre légal pour valider sa stratégie trade marketing et limiter les risques.
- Définir ses objectifs et indicateurs de performance trade marketing par canal pour évaluer le succès.

Construire le plan d'action trade marketing multicanal

- Élaborer un trade mix marketing performant : les 4P.
- Décliner son plan d'action sur chaque canal pour exploiter tous leurs leviers de croissance.
- Structurer son plan d'action trade marketing : budget, planning, offres et canaux prioritaires
- Trouver et choisir ses partenaires complémentaires pour maximiser les bénéfices mutuels.
- Construire un discours Trade Marketing impactant pour emporter l'adhésion des enseignes.

Piloter la mise en œuvre de sa stratégie trade marketing multicanal

- Définir les rôles et responsabilités des contributeurs avec la matrice RACI pour gérer l'exécution du plan d'action trade marketing.
- Calculer le ROI de ses opérations trade marketing par canal et partenaires pour améliorer son plan d'action trade marketing.

- Merchandising, pricing, assortiment… : identifier et prioriser les leviers les plus pertinents pour optimiser son budget.
- Animer les relations distributeur-enseigne et partager ses analyses pour développer conjointement le chiffre d'affaires.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.