



SE PERFECTIONNER AU MARKETING RESPONSABLE

Optimiser la performance environnementale de votre offre et la compétitivité de votre entreprise

FORMATIONS COURTES

EXPERTISE

NEW

Ref. : C24MKGRSE2

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1590 € HT

Repas inclus

Face à la transition environnementale, votre entreprise a le choix : subir ou anticiper ? Cette formation vous invite à prendre les rênes de cette **transformation** en repensant son modèle économique et à travers l'utilisation de la **démarche d'éco-conception**.

C'est un fait : les produits éco-conçus offrent une marge bénéficiaire supérieure de 12% en moyenne par rapport à leurs homologues conventionnels. Nous vous apprendrons à **optimiser la performance environnementale** de vos produits et services, améliorant ainsi la **compétitivité** de votre entreprise.

Découvrez comment préparer votre entreprise pour l'économie circulaire d'aujourd'hui et de demain. N'attendez plus, l'ère de l'économie verte est à votre portée !

Vous souhaitez avoir une formation d'un niveau plus initiation sur la thématique du marketing responsable, découvrez notre formation niveau 1 :

[S'initier au marketing responsable](#)

Testez vos connaissances et découvrez quelle formation vous correspond en cliquant ici :

[Je teste mon niveau](#)

OBJECTIFS

- Remettre en question son modèle économique et repenser son modèle d'affaires en appliquant les leviers d'innovation
- Définir l'éco-conception et ses bénéfices et comprendre en quoi elle constitue un véritable levier de différenciation
- Découvrir les principes clés sur lesquels repose une Analyse de Cycle de Vie normée et dérouler ses étapes
- Étudier comment initier une démarche d'éco-conception, quels outils utiliser et sur quelles aides publiques s'appuyer

POUR QUI ?

- Directeurs marketing, Dirigeants, Consultants,
- Chefs de produit, Chefs de projet,
- Tous les managers qui souhaitent piloter et porter des projets d'innovation dans une démarche durable et responsable.

PRÉREQUIS

- Connaître les bases du marketing produits et services ou avoir fait la formation "[S'initier au marketing responsable](#)"

COMPÉTENCES ACQUISES

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'adapter votre stratégie marketing vers un modèle d'entreprise plus responsable.

L'intégration du Développement durable à la stratégie Marketing

- Évaluer les réflexions préalables : positionnement, image perçue, attentes des clients, perception des bénéfices.
- Définir la stratégie et le plan d'actions.
- Identifier les difficultés rencontrées : ROI, résistances au changement, compétences et outils, conflits internes et externes.

Actualiser sa démarche marketing

- Choisir entre une stratégie de transformation progressive ou de rupture.
- Générer de la valeur pour la marque et son écosystème.
- Impliquer les parties prenantes dans l'évolution de l'offre.
- **Atelier** : Réaliser le diagnostic de son positionnement produits et/ou services et des expériences clients

Repenser le Modèle Économique à travers la RSE

- Déployer les Leviers d'Innovation :
 - L'économie de la fonctionnalité et l'éco-conception
 - L'économie circulaire et régénérative
 - Les Achats Responsables et l'approvisionnement durable
 - Le Management Éthique
 - Les stratégies environnementales
 - Les Stratégies BOP (Bottom Of the Pyramid)
 - **Atelier** : Identifier les leviers RSE pour son entreprise avec l'outil Business Re-Model Canvas*

* Le Business Re-Model Canvas propose d'accompagner tout dirigeant d'entreprise dans son questionnement de l'ensemble de son modèle d'affaires en prenant en compte les notions de parties prenantes, de valeur partagée, de durabilité?, de responsabilité... L'idée est que les participants puissent créer de nouveaux modèles de « CROIS-SENS » pour favoriser un progrès plus vertueux.

Concevoir des produits et des services durables

- **L'éco-conception : un allié du marketing**
 - Apprendre et appliquer l'éco-conception.
 - Évaluer la performance environnementale via l'analyse de cycle de vie.
 - Initier une démarche d'éco-conception.
- **Étude de cas** : Mettre en œuvre la stratégie marketing par l'éco-conception des produits.
 - Les objectifs à atteindre : durabilité, innocuité, recyclabilité, biodégradabilité, empreinte environnementale réduite...
 - Les moyens à mettre en œuvre : gestion des approvisionnements et des relations fournisseurs, énergies et technologies de production, traitement des déchets, choix de packagings, charte sociale...
 - Les outils d'évaluation
- **Étude de cas** : Mettre en œuvre la stratégie marketing par l'éco-conception des services.
 - Modalités de déploiement des prestations
 - Qualité de la relation et charte sociale
 - Sensibilisation du consommateur vis-à-vis de ses propres comportements
 - Les outils d'évaluation

La valorisation des offres sous leurs aspects Développement durable

- Définir les axes de communication, argumentaires, éléments de preuve.
- Étudier un cas de communication réussie.



- Développer un plan d'optimisation de la mise en marché des offres.
- **Atelier** : Définir un plan d'optimisation de la mise en marché de ses offres.

Maîtriser les indicateurs de pilotage et de succès

- Évaluer les indicateurs économiques, l'image de marque, et autres indicateurs (empreinte écologique, bien-être...).
- Identifier les facteurs de succès.
- **Atelier** : Déterminer des indicateurs de pilotage propres à son plan d'actions.

INTERVENANTS

Anne-Sophie DUTAT

Intervenante experte en accompagnement à l'innovation et aux transformations des hommes et des organisations

Alexandra NOIRAULT

Consultante et formatrice experte en stratégie marketing durable, démarche RSE, gestion de projets numérique responsable, communication et sensibilisation.

MODALITÉS 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.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



LIEUX ET DATES

À distance

19 et 20 juin 2025
09 et 10 déc. 2025

Paris

18 et 19 sept. 2025