



Marketing durable

Comment allier efficacité et enjeux de la transition ?

PERSONNES CONCERNÉES

Cette formation s'adresse aux personnes travaillant dans les domaines du marketing, de la vente ou du commerce, qui souhaitent faire évoluer leurs compétences à la lumière des enjeux de durabilité, répondre à l'évolution des attentes du marché et donner davantage de sens à leur activité.

Elle s'adresse également à toute personne en entreprise amenée à interagir avec des responsables marketing ou commerciaux, et souhaitant mieux comprendre les évolutions de ces métiers et leur impact sur les autres fonctions.

Enfin, elle est ouverte aux consultants et consultants accompagnant les entreprises, et souhaitant enrichir leurs pratiques avec des outils pour intégrer les enjeux de durabilité dans la fonction marketing.

PRÉ-REQUIS

La participation à cette formation ne nécessite pas de prérequis supplémentaires au regard du public auquel elle s'adresse.

PRÉSENTATION ET POINTS FORTS

Les enjeux environnementaux et sociaux deviennent une urgence à considérer et leur prise en compte se diffuse à tous les niveaux de la société. Alors que le marketing et le développement durable poursuivent à première vue des objectifs différents et peuvent paraître éloignés, un enjeu majeur consiste à renforcer le lien entre les deux domaines et à réussir l'intégration de la durabilité dans la stratégie marketing.

Point forts :

- > Formation assurée par une experte du sujet du marketing durable (auteure d'ouvrages de référence dans le domaine)
- > Méthode pédagogique dynamique, ancrée dans le terrain et mobilisant des supports innovants
- > Un enseignement à la pointe au regard des évolutions relatives à la transition écologique et sociétale

COMPÉTENCES À L'ISSUE DE LA FORMATION

- > Caractériser le marketing durable en identifiant ses spécificités.
- > Analyser les comportements d'achat et de consommation sous l'angle des enjeux de durabilité.
- > Concevoir une stratégie de marketing durable alignée avec les valeurs et les objectifs de l'organisation.
- > Définir les caractéristiques d'une offre durable en lien avec une démarche d'éco-innovation.
- > Formuler une communication responsable adaptée aux attentes des publics et aux engagements de l'entreprise.
- > Élaborer une politique de prix juste en intégrant les dimensions sociales, environnementales et économiques.

PROGRAMME

Jour 1 : Caractérisation du marketing durable

- > Introduction au marketing durable : enjeux et contours du domaine
- > Valeur étendue : principe et application

Jour 2 : Comportements de consommation durable

- > Diversité des motivations
- > Étendue des pratiques durable et green gap
- > Process de décision durable

Jour 3 : Déploiement du marketing durable

- > Positionner les offres durable de manière efficace
- > Concevoir une offre durable : rôle de l'éco-socio-innovation et enjeux relatifs au capital-marque durable
- > Élaborer une communication responsable efficace
- > Construire une politique de prix juste

MÉTHODES ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exemples et échanges, exercices, études de cas, travaux de groupe. Les supports de cours seront mis à disposition des participants.

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

Laurence FRANK, Maîtresse de conférences en gestion HDR, Chercheure/Researcher at CNRS UMR 7522 BETA Bureau d'économie théorique et appliquée, Université de Strasbourg.

COORDINATION PÉDAGOGIQUE ET ANIMATION

Sihem DEKHILI, Professeure en marketing durable, Directrice de recherche, Laboratoire BETA-CNRS.

INTER ENTREPRISES

Durée : 3 jours

En 2027

Référence : DAE27-1820A
du 16 mars 2027
au 18 mars 2027

Tarif

1550 €

Repas de midi pris en charge
par les organisateurs.

Lieu

Université de Strasbourg -
Service Formation Continue
21 Rue du Maréchal
Lefebvre
67100 Strasbourg

**Renseignements
et inscriptions**

Diane ABELÉ

Tél : 03 68 85 49 30

Sauf le vendredi après-midi
abele@unistra.fr

**Nature et sanction de la
formation**

Cette formation constitue
une action d'adaptation et
de développement des
compétences.

Elle donne lieu à la délivrance
d'une attestation de
participation.

Une évaluation en fin de
formation permet de
mesurer la satisfaction des
stagiaires ainsi que l'atteinte
des objectifs de formation
(connaissances,
compétences, adhésion,
confiance) selon les niveaux
1 et 2 du modèle
d'évaluation de l'efficacité
des formations Kirkpatrick.