



Formation Courte

Les fondamentaux du marketing social

Du recueil à l'analyse de données, comment développer une vision marketing dans son service

Mis à jour le 06/07/2026

A qui s'adresse la formation ?

Agents de direction

Durée

3 jours (2 + 1)

Prix de la formation

Tarif inter : 1 620 €

Eligible Pass'Pro

Lieu(x) des sessions

En présentiel à Paris

En présentiel à Saint Étienne

Déclinable sur mesure

[Compléter le formulaire](#)

Objectifs

- Comprendre le développement du marketing dans les Organismes de Protection sociale
- Comprendre et savoir mobiliser les grandes notions du marketing social et les enjeux pour les cadres : les besoins, la satisfaction, le ciblage, le positionnement, le diagnostic marketing
- Maîtriser les principales techniques de recueil d'information marketing, les choix méthodologiques, leur organisation pratique et leur traitement
- Savoir mener une réflexion marketing avec un diagnostic, des choix stratégiques ainsi qu'un terrain de recueil

Pré-requis

Cette formation ne nécessite aucun prérequis

Programme

Jour 1 : Les fondations du marketing social

Module introductif qui permet de situer la stratégie marketing dans la politique des organismes mais aussi au sein d'un environnement de parties-prenantes sociales plus ou moins concurrents.

Pourquoi faire du marketing : enjeux du marketing organismes de protection sociale

- De la stratégie d'établissement à la stratégie marketing d'un organisme social local
- Le diagnostic concurrentiel et le SWOT marketing
- Les choix stratégiques
- Les leviers d'action marketing et les grandes familles d'indicateurs marketing

Cas pratique

Jour 2 : Le recueil et l'analyse de données marketing

Introduction : les grandes familles de recueils, les objectifs et l'intérêt de l'étude documentaire préalable

- Les études qualitatives
 - Entretiens
 - Focus-group
 - L'observation
 - Les méthodes créatives
 - Les grands principes d'organisation pratique
- Les études quantitatives



Formation Courte

Les fondamentaux du marketing social

Du recueil à l'analyse de données, comment développer une vision marketing dans son service

Mis à jour le 06/07/2026

- Sondages, panels et baromètres
- Les recueils massifs : bases de données de santé, web....
- Le Plan de sondage
- Les méthodes de traitement des données
 - Traitement de données textuelles
 - Les bases de traitement statistique : tri à plat, analyse bi et multi variée
 - Les traitement massif de données
 - Intelligence Artificielle et Intelligence artificielle Générative

Cas pratique

Discussion d'un diagnostic marketing à faire pour chaque stagiaire qui aboutirait à un besoin de recueil d'informations marketing afin de préparer le jour 3 de RETEX 3 mois plus tard

Jour 3 : RETEX 3 mois plus tard en présentiel

- Réactivation des principales notions,
- Présentation par chaque participant de son travail et discussion
- Voies d'amélioration, de prolongation de ce travail

Envoi des proposition 1 semaine avant afin de pouvoir les étudier

Intervenants : Consultant spécialisé en marketing des services et relation client et Directeur d'organisme de Protection sociale

Évaluation

- Evaluation à chaud de la satisfaction

Compétences renforcées

- Être acteur de la stratégie et contribuer aux politiques publiques
- Piloter la performance
- Imaginer, soutenir et mettre en œuvre des pratiques professionnelles innovantes
- Connaître les évolutions et anticiper les transformations et leurs impacts
- Conduire des projets et accompagner les transformations
- Appréhender les enjeux de la protection sociale et de son environnement

Contacts

Pour toute information, contactez en priorité nos assistant(e)s

Pour du sur-mesure ou des intras contacter les chefs de projets



THIZY Stéphanie
Assistante de Formation

☎ 04 77 81 15 18
✉ sthizy@en3s.fr



LAMY Virginie
Chef de Projets

☎ 0624896576
✉ vlamy@en3s.fr