



INITIATION AUX TECHNIQUES DU MARKETING

Morad SBITI PROFESSEUR DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR CONSULTANT MANAGER



PLAN D'INTERVENTION

- 1. INTRODUCTION: RAPPEL DES CONCEPTS
- 2. LA DÉMARCHE MARKETING
- 3. LE MARKETING STRATÉGIQUE
- 4. LE MARKETING OPÉRATIONNEL
 - CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LE PRODUIT..
 - CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LE PRIX ..
 - CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LA DISTRIBUTION ..
 - CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LA COMMUNICATION ..
- 5. LES TENDANCES DU MARKETING

2



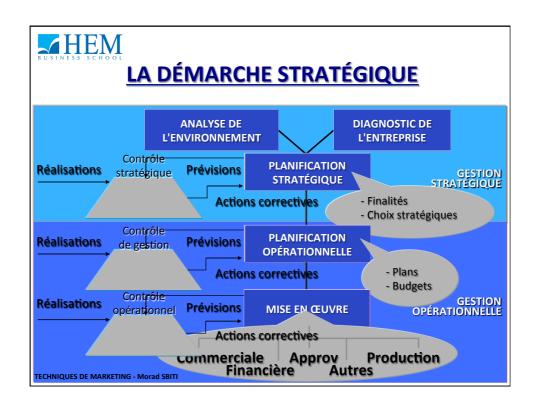


INTRODUCTION: RAPPEL DES CONCEPTS

3









LA DÉMARCHE MARKETING

1. Analyse (où en sommes-nous maintenant ?)

Analyse comportement, SWOT

2. Stratégie (Que voulons-nous obtenir ?)

Objectifs - Veilles - Etudes de marché

3. Tactique (Comment y parvenir ?)

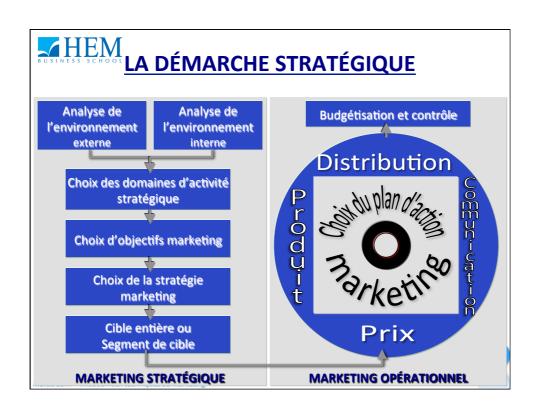
Marketing mix (stratégie des 4 P)

4. Evaluation (Sommes-nous parvenu à nos fins)

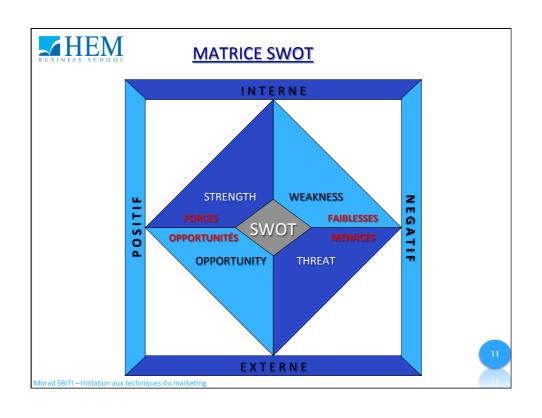
Suivi - Contrôles - In

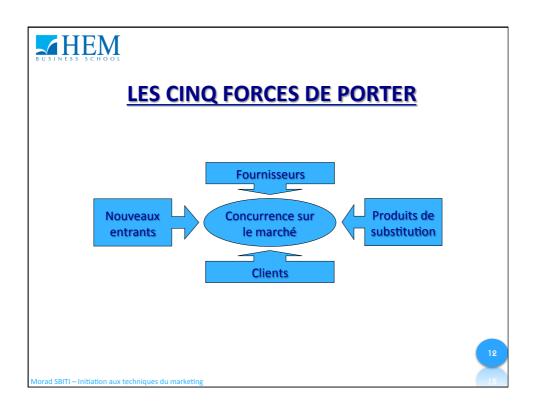
n

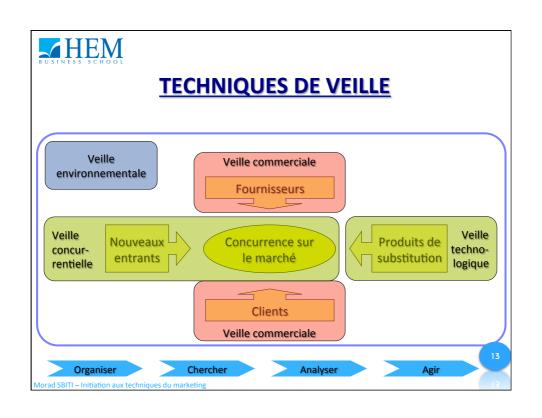


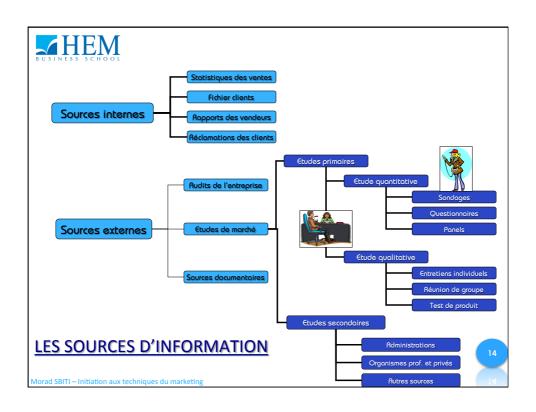














FIXER DES OBJECTIFS

Les objectifs doivent être :

- 1. Mesurables
- 2. atteignables dans un temps donné
- 3. adaptés aux consommateurs (besoins, comportements, motivations)
- 4. ajustés au marché (segmentation, positionnement, ciblage)

15

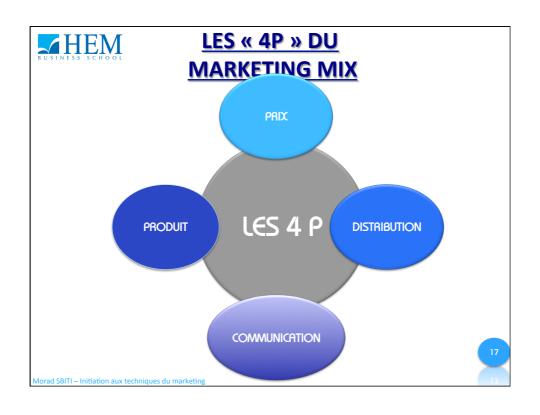
Morad SBITI - Initiation aux techniques du marketing

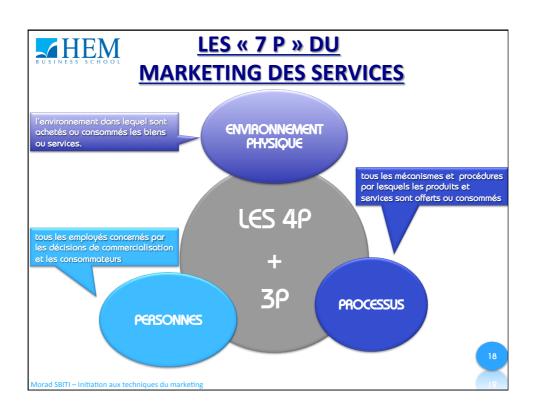




MARKETING OPÉRATIONNEL

16



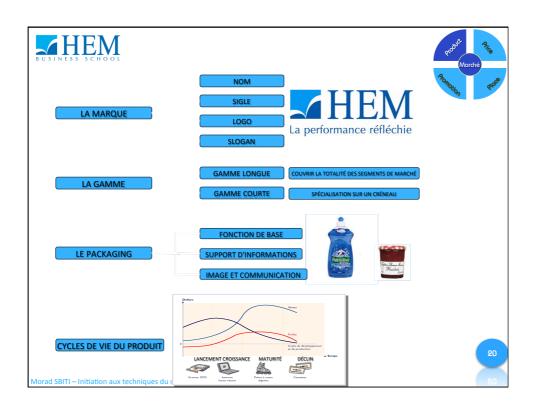






CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LE PRODUIT..

19





LE MIX-PRODUIT EST COMPOSÉ

- des caractéristiques techniques du produit
- de sa marque
- de son conditionnement
- de sa stylique
- de sa qualité
- de l'image qu'il véhicule



21

Morad SBITI – Initiation aux techniques du marketing



MARKETING VS BRANDING?



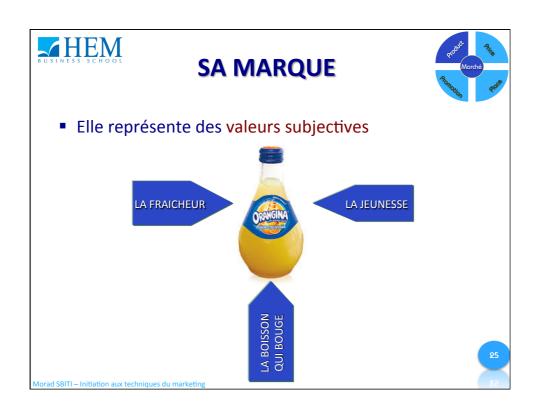
Le rôle du marketing est de créer de la valeur (économique) pour l'entreprise, en créant, révélant, promouvant de la valeur pour le client.

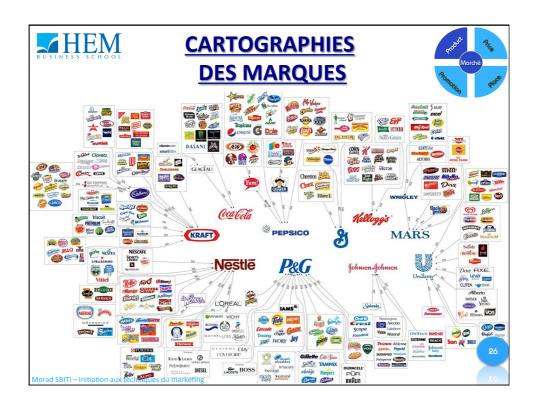
Si la valeur perçue d'une offre était purement objective, l'eau ne serait que de l'eau...















EXEMPLE DE COULEUR BLEU : CALME ET LOGIQUE



- Le <u>bleu</u> représente la confiance, l'intégrité, la logique, la sérénité et la communication.
- Attention, mal utilisé, le bleu peut également faire apparaître votre marque comme étant froide, distante et inaccessible.

MARQUES UTILISANT LE BLEU:

- Les grands réseaux sociaux sur internet comme Facebook, Twitter et Linkedin, utilisent le bleu en priorité dans leur logo. Le bleu clair de Twitter, tendant vers le jaune, exprime aussi l'aspect divertissant.
- Dell
- Oral-B
- American Express







La performance réfléchie









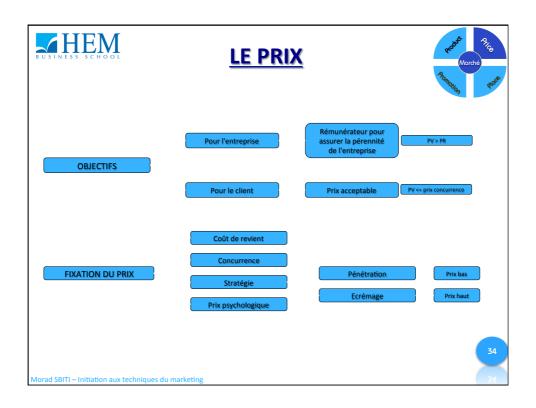






CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LE PRIX ..

33

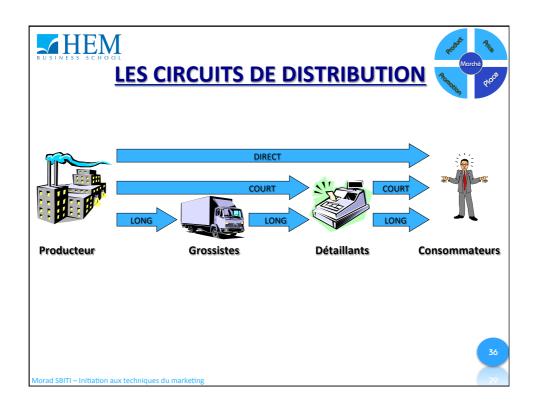






CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LA DISTRIBUTION ..

35

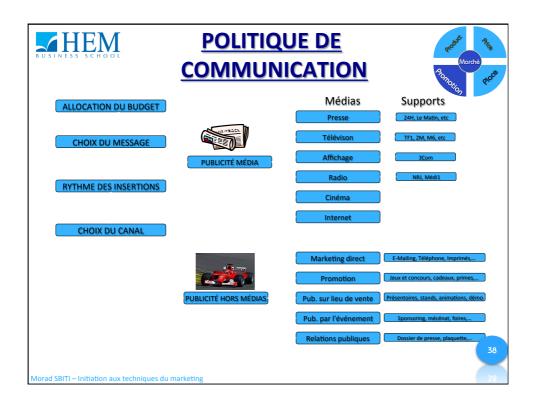


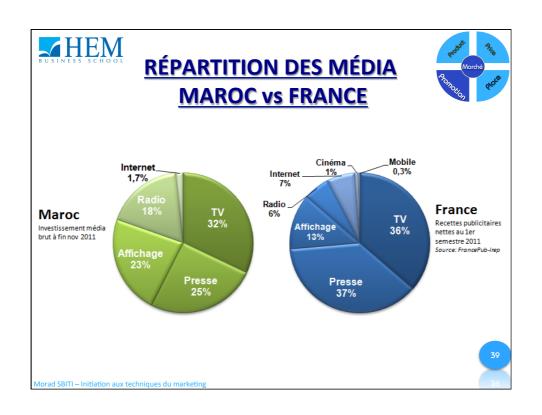


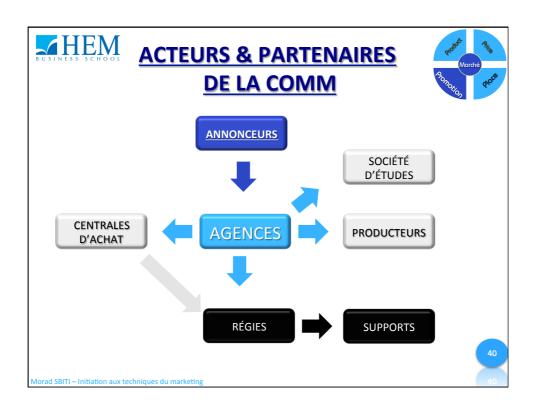


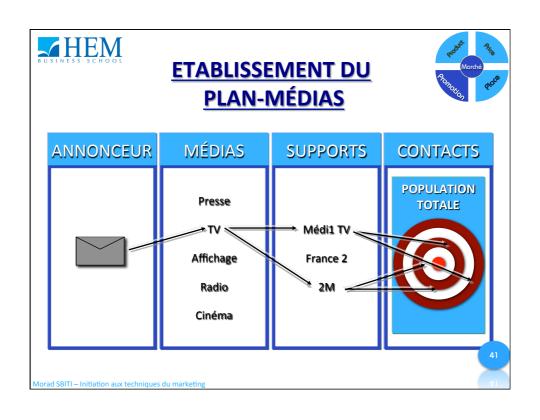
CE QU'IL FAUDRAIT RETENIR SUR LA COMMUNICATION ..

37















LES TENDANCES DU MARKETING

43

Morad SBITI – Initiation aux techniques du marketing

produit ou service



TENDANCES MARKETING 2016

- 1. Prendre en compte l'expérience client ; émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'achat d'un
- 2. Utiliser et analyser les données clients ; prendre des décisions & mettre en place des actions en fonction des résultats
- 3. Mettre les appareils mobiles au cœur du marketing ;
- 4. Miser sur un contenu web de qualité;
- 5. Lier marketing et commerce digital; sites web marchands, sites ou applications mobiles, bornes tactiles, réseaux sociaux.
- 6. Utiliser davantage les réseaux sociaux ;

 Twitter, Facebook, Instagram : inclure les réseaux sociaux dans la stratégie marketing
- 7. Chouchouter sa communauté;
- 8. Payer pour des publicités ciblées.

44





MERCI POUR VOTRE ATTENTION

45