**Marketing Mix :4P ou 8P**

Le **marketing mix** représente l’ensemble des leviers d’action ou de politiques commerciales d’une entreprise : les **fameux** **P**.

Les 4P initiaux ont été pensés pour une économie de **produits**. Pour donner suite à la croissance du secteur tertiaire, 4P supplémentaires ont été ajoutés afin de s’adapter à l’actuelle économie de **services**.  
Le concept des 4P additionnels est crée après le lancement du premier réseau social (Facebook-Meta) en 2004 qui a évolué tous les concepts du Marketing.

Puisqu’on est en train d’offrir un service, une application on a fait recours à la stratégie de 8P au niveau Marketing Mix.

Les actions suivantes sont à entreprendre :

4P TRADITIONNELS

**PRODUCT** (produit)

**–**Déterminer un positionnement : grâce à l’unicité dans le marché concurrentiel, un marché vierge on a une cible bien claire et des segments bien définit (Les facultés privées et les centres de formation, les entreprises en phase de recrutement, les étudiants) on peut se positionner en tant que fondateur de marché autrement dit le leader du marché pour qu’on converge la plupart des prospects avant la naissance d’un nouveau concurrent.

**–**Définir l’étendue de la gamme : L’offre va englober toutes les facultés privées et les centres de formations en tant qu’utilisateur à travers leurs étudiants et les entreprises en phase de recrutement en tant qu’acheteur de données.

**–**Catégoriser les produits : On aura un seul produit **phare** qui propose plusieurs valeurs.

**PRICE (prix)**

**–**Établir une logique de tarification : On va procéder selon la stratégie de pénétration, des prix bas dont la marge bénéficiaire par unité est négligeable (prix = (+-) cout de revient) afin de créer une image de marque et une notoriété qui nous permet de vendre notre crédibilité à long terme et opté à la stratégie de l’écrémage.

**PLACE (distribution)**

Les canaux de distribution de deux types :

* Circuits directs : Application Desktop
* Circuits courts : accès cloud.

**PROMOTION (promotion)**

* Marketing digital à travers la Page Facebook, le compte Instagram et d’autre canaux publicitaires en ligne.
* Référencement SEO pour le site web.
* Des panneaux publicitaires offline.
* Prospection analogique.
* Participation aux salons d’exposition.
* Participation aux activités estudiantine.

4P ADITIONNELS

**PEOPLE (personnel)**

**– Afin d’**Établir une politique de contact et relation client, on va opter à élever l’interactivité sur nos réseaux sociaux, notre première méthode de promotion, afin de garantir les meilleures expériences de relations offreur-client en appliquant des outils de client Relationship management.

**– Système de fidélité personnalisé avec le client en se basant sur l’interaction entre nos personnels et les clients.**

**– Contact directe avec le client à travers les stands et les hackathons (étudiants), les séminaires (société) et la prospection analogique (faculté privée)**

**PROCESS (processus)**

**–**Elever le degré d’implication des utilisateurs lors de la relation commerciale en les intégrant au cycle de production, exemple :

* Des hackathons pour résoudre les problèmes de l’application au sein de nos facultés partenaires.
* Des Think Tank pour générer la meilleure user expérience.

Dont les gagnants auront des prix bien défini au préalable.

**–**Des AfterMovie de l’équipe de développement seront partagées enligne pour comprendre le fonctionnement et la structuration de notre entreprise.

**–**Afficher les statistiques internes et le diagnostic pour gagner de la crédibilité et augmenter la transparence de processus de gestion des données.

**PARTNERSHIP (partenariat)**

**–**Développer un réseau de partenaire partageant les mêmes valeurs tel que :

* Des facultés privées (ESPRIT, MSB, DAUPHINE…)
* Des centres de formations (Go My Code, RBK, MBA consulting)
* Des centres d’intégration de pro-logiciels (AYMAX, 3S)

**PHYSICAL EVIDENCE (preuve tangible)**

**–**Convergé le service à la tangibilité nécessaire puisqu’il n’est pas un produit physique :   
Des prototypes dynamique (crées par l’outil Figma) à partagés sur nos réseaux sociaux pour que l’utilisateur peut expérimenter le produit avant l’acheter.

**–**Des vidéos explicatives de l’application dont une personne est en train d’utiliser notre service.