

# Fiche Technique de Formation : Segmentation des Marchés

---

## Objectifs de la Formation

**Comprendre les principes et les techniques de segmentation des marchés.**

**Développer des compétences pour identifier et analyser les segments de marché.**

**Apprendre à utiliser la segmentation pour élaborer des stratégies marketing ciblées.**

## Public Cible

**Responsables marketing, chefs de produit, analystes marketing, entrepreneurs.**

## Prérequis

**Connaissances de base en marketing.**

## Programme de la Formation

### 1. Introduction à la Segmentation des Marchés

**Concepts de Base :** Comprendre les principes de la segmentation des marchés.

**Objectifs de la Segmentation :** Définir les objectifs et les avantages de la segmentation des marchés.

### 2. Critères de Segmentation

**Critères Démographiques :** Utilisation des critères démographiques pour segmenter le marché.

**Critères Psychographiques :** Application des critères psychographiques pour identifier les segments de marché.

### 3. Analyse des Segments

**Identification des Segments :** Techniques pour identifier et définir les segments de marché.

**Évaluation des Segments :** Méthodes pour évaluer l'attractivité et le potentiel des segments.

#### **4. Ciblage des Segments**

**Sélection des Segments Cibles** : Stratégies pour sélectionner les segments à cibler.

**Développement de l'Offre** : Adaptation de l'offre produit/service en fonction des segments cibles.

#### **5. Positionnement des Segments**

**Stratégies de Positionnement** : Techniques pour positionner les produits ou services sur chaque segment.

**Communication Ciblée** : Élaboration de messages marketing adaptés à chaque segment.

#### **6. Applications Pratiques**

**Ateliers de Segmentation** : Exercices pratiques pour segmenter des marchés et définir des stratégies de ciblage.

**Études de Cas** : Analyse de cas réels pour appliquer les techniques de segmentation.

#### **7. Outils et Techniques de Segmentation**

**Logiciels d'Analyse de Données** : Introduction aux outils logiciels pour l'analyse et la segmentation des données.

**Techniques de Visualisation** : Utilisation de techniques de visualisation pour présenter les segments de marché.

#### **8. Évaluation Finale**