

H. Moad



TheReadingSolution

Analyse marketing

réalisé par

H. Moad

Sous l'encadrement de Monsieur:

Anouar HASBAOUI

Jeudi, 4 janvier 2018

Preface

8 citations inspirantes sur le Marketing...

*H. Moad
Jeudi, 4 janvier 2018*

« Si votre marché est un arbre, tout le monde tente d'attraper le fruit qui pend le plus bas. En essayant de viser plus haut, vous vous octroyez de fait un avantage concurrentiel. » - Stef

« Nous voulons que les consommateurs disent "c'est un super produit" plutôt que "c'est une super publicité". » - Leo Burnett

« Les clients ne peuvent pas toujours vous dire ce qu'ils veulent, mais ils sont toujours capable d'exprimer ce qui ne va pas. » - Carly Fiona

« Il y a trois manières d'occuper votre temps: le marketing, le marketing et le marketing. C'est la chose la plus importante qu'un entrepreneur devrait faire. Si vous n'êtes pas préparé à en faire, tout le reste est sans importance. » - Emma Harrison

« Le marketing n'est pas un événement, mais un processus. Il a un début, un milieu, mais jamais une fin. Vous l'améliorez, le perfectionnez, le changez et l'interrompez. Sauf que vous ne l'arrêtez jamais complètement. » - Jay Conrad Levinson

« Être orienté produit vous conduit à décliner. Être orienté marché vous empêche de décliner. » - Boris Durisin

« Dans les années 80, l'on cherchait un client dans chaque individu. Aujourd'hui, nous devons trouver l'individu dans chaque client. » - Boris Durisin

« Lorsque vous parlez de vos produits ou services, parlez en terme de solution. » - Marc Delbreil

Contents

1	Introduction	7
2	Le produit	9
2.1	Pour la plateforme:	9
2.2	Les magazines en braille.	10
3	La création de la société	13
4	Le secteur d'activité	17
4.1	Concurrence et menaces	17
4.1.1	Le CAFLBM.	17
4.1.2	La menace des techniques de lecture rapide	17
4.1.3	La menace de l'application SPRITZ	17
4.2	L'analyse PESTEL	18
4.3	Modèle de Porter	20
4.4	Matrice SWOT	22
5	Caractéristiques de la clientèle cible	23
5.1	Enseignement	23
5.1.1	L'indice de l'économie du savoir.	24
5.2	Pouvoir d'achat	24
6	La pénétration du marché	27
7	Nos moyens de publicité	31
7.1	Préliminaire	31
7.2	Quelques chiffres:	31
7.3	Nos techniques:	32
7.3.1	Marketing viral	32
7.3.2	Le buzz marketing	32
7.3.3	Marketing d'attention	32
7.3.4	Marketing d'influence.	33
8	Evolution à long terme	35
8.1	Internet quantique	35
8.2	Tablette en braille.	36
8.3	D'autres scénarios du futur	37
8.3.1	Si la culture disparaissait au profit des avancées technologiques?	37
8.3.2	Si l'on maîtrise la totalité des capacités de notre cerveau?.	37
8.3.3	La Nanotechnologies permettant la télépathie	38
	Bibliography	39

Introduction

La lecture est un éveil de l'âme et du cœur. Une jouissance de la pensée et des sentiments. C'est pour cela qu'il devient très important d'encourager et d'entretenir l'acte de lire dans les années formatrices de la vie. Aujourd'hui on n'a plus le temps pour lire on passe son temps à travailler, lire ses mails, y répondre, trainer sur les réseaux sociaux, surfer sur internet, faire la cuisine, regarder la télé, suivre la presse c'est pour cela qu'on a créé TheReadingSolution.com.

TheReadingSolution.com. est la seule plateforme sur laquelle on peut lire des livres en moins de trente minutes, des livres résumés en entier, réécrits et comprimés pour vous par notre communauté d'auteurs. Il existe des ebooks sur de multiple sujet le business, l'entrepreneuriat, les sciences, les passions, le développement personnel, etc et pour en profiter rien de plus simple il suffit de se rendre sur TheReadingSolution.com de choisir votre thématique, de sélectionner votre ebook et le télécharger il sera ensuite accessible sur tablette, ordinateur ou mobile.

Au jour d'aujourd'hui, on compte près de 135.000 aveugles et 500.000 malvoyants profonds et moyens au Maroc. Ils souffrent de la mauvaise perception de la société, du manque d'infrastructures adaptées, du manque d'opportunités d'intégration professionnelle ...

On remarque qu'il y a beaucoup de choses à améliorer pour intégrer plus facilement ces personnes-là dans la société dans laquelle nous vivons. Les améliorations peuvent être dans une infinité de domaines, que ce soit dans les rues, chez eux...

La création d'un magazine en braille m'a paru légitime pour répondre au besoin d'un lectorat spécifique. Les magazines en braille existent déjà, mais sont très spécialisés et ce ne serait pas une vraie partie de plaisir à le lire à moins que l'on en soit fan. Le but de notre magazine serait de toucher un maximum de personnes. Nous voudrions, créer un magazine dont les articles seraient donnés gratuitement par nos partenaires qui seraient des magazines d'univers totalement différents :

La mode :Grazia

La science : Science et Avenir, Science et Santé

L'automobile :AutoNews

L'économie :L'Economiste, LaVieEco

La politique : Le Matin, Challenge.ma, Maroc Hebdo international

Le cinéma : CineMaroc, Cinenews

L'actualité : Telquel

Etc...

Ainsi, nous aurions l'avantage de ne pas à avoir à embaucher des journalistes avec tous les frais que cela engendre et le stress de boucler tous les articles en temps et en heures. Mais aussi, nous envisageons de sous-traiter la traduction, révision, impression et distribution aux imprimeries qui s'occuperont de toutes ces étapes-là et qui ont déjà en leur possession le matériel et l'expérience nécessaires. L'effectif nécessaire serait donc très restreint.

D'un autre côté, non seulement, il y aura tous les domaines cités au-dessus, mais nous tâcherons aussi d'innover en y ajoutant des jeux adaptés à ces personnes-là comme le Su-

doku, les mots-croisés ou autres mais ce de manière à ce qu'ils puissent y jouer en toute facilité.

Par ailleurs, nous voudrions ajouter un CD à ce magazine. Ce disque comportera tous les articles que contiendra le magazine mais en version sonore. Il contiendra aussi une partie qui permettra aux non-voyants d'apprendre le braille en toute facilité.

Notre valeur ajoutée serait d'avoir des exclusivités de la part de nos partenaires les plus prestigieux et ainsi grâce à leurs réputations qui les précèdent chacun dans son domaine, la notoriété de notre entreprise se fera ainsi toute seule.

Il ne faudra pas oublier bien sur la campagne de promotion qu'il faudrait faire au sein des associations pour non et malvoyants, auprès des ophtalmologues et des magasins spécialisés dans le matériel approprié pour ces personnes-là. Cette campagne consisterait à distribuer des prospectus, affiches et quelques magazines gratuits pour se faire connaître. Pour mener à bien cette grande tâche, il faudra savoir marketer le produit, créer et cadrer le besoin, en faire un devoir et un plaisir celui d'apprendre et de savoir et le légitimer dans les moeurs des gens.

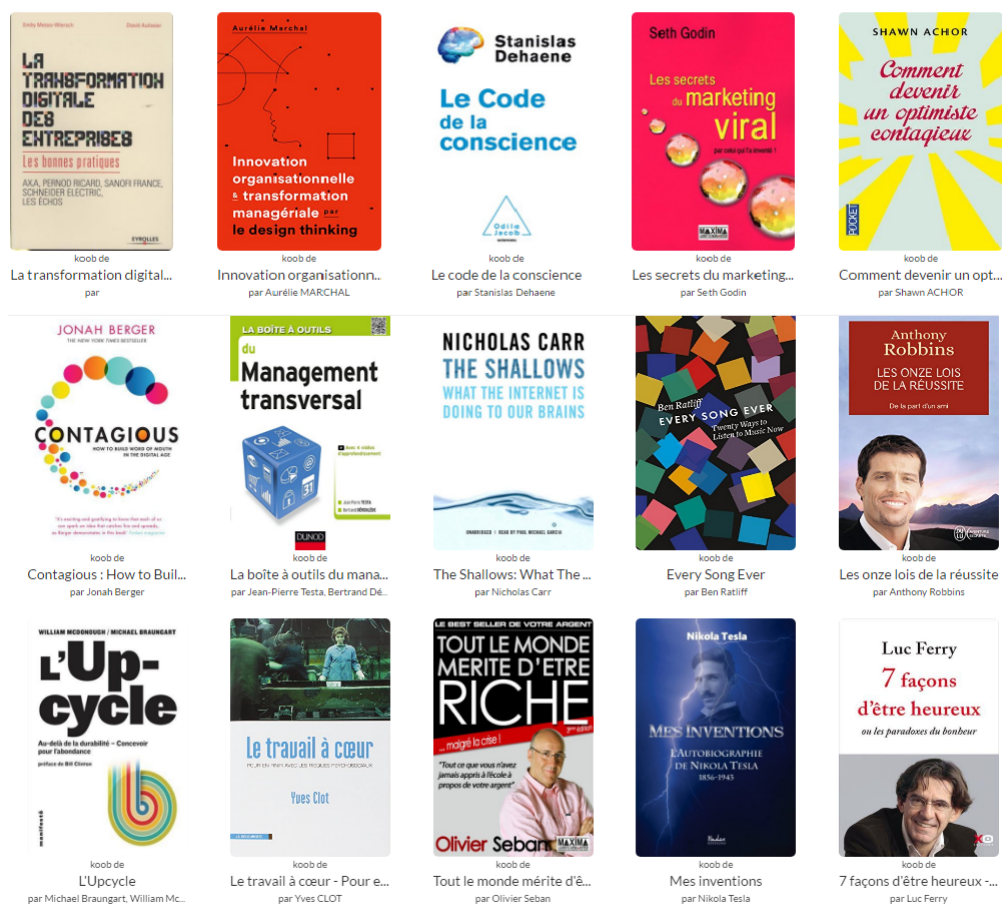
2

Le produit

2.1. Pour la plateforme:

On y trouve des résumés de tous genres de livres, téléchargeables après abonnement mensuel. TheReadingSolution.com est la seule plateforme sur laquelle on peut lire des livres en moins de trente minutes, des livres résumés en entier, réécrits et compressés pour vous par notre communauté d'auteurs. Il existe des ebooks sur de multiples sujets : le business, l'entrepreneuriat, les sciences, les passions, le développement personnel, etc. et pour en profiter rien de plus simple : il suffit de se rendre sur TheReadingSolution.com de choisir votre thématique, de sélectionner votre ebook et de le télécharger, il sera ensuite accessible sur tablette, ordinateur ou mobile.. Le temps de lecture est indiqué pour chaque ebook, jamais plus de 30 minutes parfois même moins, et si un jour vous ne trouvez pas le livre qui vous intéresse, il suffit de cliquer sur "Demander le livre" : un auteur se chargera d'en faire le résumé au plus vite. Et quand on apprend à la vitesse de l'éclair, forcément cela laisse beaucoup de temps libre.

Les résumés



2.2. Les magazines en braille

Concernant les magazines ...Notre produit présente trois aspects: technique, d'usage et psychologique. L'aspect technique du magazine et de répondre aux conditions optimales poids, encombrement vu la spécificité de l'impression braille, sans pour autant imposer les caractéristiques esthétiques inutiles pour le public ciblé. Le nom de marque retenu est "La Lecture Pour Tous". Les lecteurs non-voyants et mal-voyants ont trouvé leur satisfaction dans ce produit du fait qu'il répond à leur besoin spécifique. Durant la phase de lancement, nous allons adapter notre produit aux premières remarques des clients et des technico-commerciaux.

Pour identifier notre magazine nous avons attribué le nom de «TheReadingSolution.com». Cette marque va nous aider à identifier notre produit directement, le différencier de la concurrence qui se présente sur le marché et faciliter son repérage.

De plus, ces associations et magasins pourraient se promouvoir dans notre magazine, ce qui nous ferait une source de profits en supplémentaires. Le prix de la publicité évoluera bien évidemment en fonction de la notoriété de notre produit.

Le magazine d'une cinquantaine de pages (pour qu'il ne soit pas trop lourd à transporter) sera vendu à un prix très raisonnable (nous en parlerons plus en détail par la suite) et nous proposerons des abonnements annuels et mensuels à des prix plus avantageux pour permettre à nos lecteurs de se faire livrer le magazine directement chez eux. Il sera aussi disponible dans les librairies les plus prestigieuses du Maroc, ainsi que dans les associations désirant le vendre dans leurs locaux.

Tout cela sera fait en sorte de suivre notre philosophie de base : « Améliorer la qualité de vie des non et malvoyants », cela restera notre préoccupation première.



3

La création de la société

Le type de statut juridique le plus adapté à notre entreprise est la forme SARL, plus simple en gestion et moins risquée du point de vue patrimoine et plus adaptée du point de vue apports en industrie.

Nous pouvons compter sur les aides et subventions alloués par l'état aux micro-entreprises et aux PME/ PMI car impôts et terrains viabilisés.

Nous pouvons également bénéficier d'une formation et d'un accompagnement dispensé par les organismes ad-hoc aux jeunes entrepreneurs, start-ups...

La domiciliation, les démarches constitutives et le recrutement des techniciens est confié à un bureau d'études expert en la matière de l'édition.



THEREADINGSOLUTION.COM S.A.R.L
BOULEVARD GHANDI APRT 13 EN FACE DE
L'INSTITUT CONFUCIUS
AU CAPITAL DE : 350000 DH

CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNEL ET BUDGET PUBLICITAIRE

Marché potentiel :	635.000+565000 =1.200.000	individus
Consommation par an et par individu :	52	produits
Production théorique de la première année :	62.400.000	produits
Pourcentage de pondération du marché :	2.5	%
Production de la première année :	1.560.000	produits

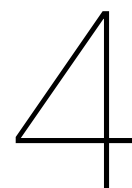
Prix de vente en rayon TTC	30	DH
Taux de T.V.A. applicable :	5.5	%
Prix H.T. du produit en rayon :	28.35	DH
Marge du distributeur :	0.00	%
Prix de vente HT au distributeur :	28.35	DH
C.A. prévisionnel de la première année :	28.35*1.560.000 + C.A(Résumés) =73.944.000	DH

Pourcentage du C.A. consacré à la publicité	5.00	%
Budget publicitaire de la première année :	3.697.200	DH
Solde du budget publicitaire sera payable à :	60	jours

Dans l'état des résultats ci-dessous, le bénéfice net de notre société est de 16911944 DH, et son revenu net, de 73944000DH. On calcule le ratio de la marge bénéficiaire nette comme suit:

$$(73944000 - 57032056 / 73944000 \text{DH}) \times 100\text{pc} = 24\text{pc}$$

Un pourcentage de 24 constitue un résultat sain.



Le secteur d'activité

4.1. Concurrence et menaces

4.1.1. Le CAFLBM

Notre stratégie évoluera en fonction de la concurrence et la demande des client. Un seul organisme national "Le Centre d'Apprentissage et de Formation de la Ligue Braille du Maroc (CAFLBM)" situé à Taza. Il permet l'insertion professionnelle de malvoyants depuis 2002. Aujourd'hui le CAFLBM accueille une vingtaine d'étudiants dont la moyenne d'âge est autour de 24 ans. Elle reste donc très limitée et ne présente aucunement une menace réelle à la vente de nos magazines en braille. Il présente une certaine concurrence contrôlable car l'on peut recourir à ces services en scellant un partenariat avec lui.

4.1.2. La menace des techniques de lecture rapide

-Pour qui est faite cette méthode ?

Si vous n'avez pas de problème de compréhension ou de manque de vocabulaire. Cette méthode peut vous être utile. Dans le cas contraire, la lecture intégrale de nos ouvrages s'avère plus efficiente.

-Pourquoi gaspiller votre argent à acheter un seul ouvrage si vous pouviez avoir la synthèse de plusieurs livres à budget égal ?!

Prenons par exemple : Lecture diagonale: Elle fonctionne sous condition de savoir exactement ce que l'on recherche. Bonne par exemple lors de l'écriture d'un travail académique ou à lire des documents administratifs voire techniques.

Les autres méthodes de lecture rapide ne sont pas sans inconvénients:

-S'aider de son doigt

-Ne jamais revenir en arrière

-Ne jamais s'arrêter

-Savoir détecter les mots clés

-Abimer son livre (Souligner, Entourer, Prendre des notes sur les marges, Faire des cornes...)

-Il faut une certaine imagination pour apprécier la lecture

-Nécessite un minimum de vocabulaire technique

-Exige beaucoup de mémoire

-Très incommode pour les grands ouvrages (Occasionne des fatigues voire des anomalies visuelles, ...)

4.1.3. La menace de l'application SPRITZ

Plus une page est large, moins on lit vite. En se débarrassant du balayage oculaire avec une technique qui fait défiler un mot à la fois très rapidement, Spritz affirme qu'il est possible de lire beaucoup plus vite. Au salon mobile de Barcelone, Samsung a annoncé que le Galaxy S5 en serait équipé, tout comme ses montres Gear. D'autres partenariats devraient suivre. La

technologie devrait également être ouverte aux développeurs pour être intégrée dans leurs apps.

Spritz repose sur deux concepts. Le premier, c'est le mot à mot, particulièrement adapté au petit écran d'une smartwatch ou de lunettes comme Glass. Le second, c'est celui de la «position optimale de reconnaissance». Quand nos yeux sont fixés sur un mot, le cerveau le reconnaît à partir d'une certaine lettre, et l'app aligne tout sur ce centre.

Le problème, c'est que la lecture n'est pas très plaisante et semble vite provoquer une fatigue visuelle car on cligne moins des yeux. Et la compréhension reste à évaluer, même si Spritz affirme que selon ses tests, elle n'est pas affectée. Lire un email important sur Google Glass, pourquoi pas. Lire Guerre et Paix en dix heures, sans doute pas.

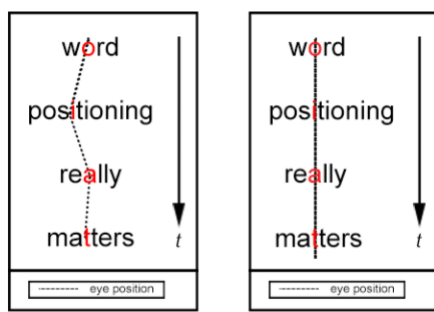


Figure 1. RSVP alignment of words

Figure 2. Spritz alignment of words

L'innovation de notre plateforme :

Sur le fond : Notre méthodologie à produire des résumés qui de par leur lecture et de par leur forme permettent de mieux retenir ce qu'on a lu et de pouvoir par la suite activer ce qu'on a lu.

Sur la forme : La manière d'y accéder: notre application, notre site internet les versions audio des résumés et des magazines.

4.2. L'analyse PESTEL

L'analyse PESTEL s'intègre donc à l'analyse stratégique ou à l'étude de marché, quelle que soit la taille de l'entreprise. Elle va être complétée par un modèle de Porter et une matrice SWOT, deux grilles conceptuelles qui donnent également les clés du cadre global dans lequel évolue notre entreprise.

Politique :

-Stabilité politique au Maroc

La politique nationale est favorable à l'entreprise :

-Le guichet unique pour les porteurs de projets innovants

-Les banques d'affaires pour les jeunes promoteurs

-Les groupes de soutien nationaux et internationaux

Sont tant de moyens qui allègent la tâche du promoteur néophyte

Économique :

- Baisse de la consommation > chute du pouvoir d'achat des ménages

- Hausse des achats online

- Soumis à des variations de coûts sur les matières premières

- Banque = Caisse centrale de garantie cautionne les jeunes entreprises

porteuses de nouvelles technologies - L'initiative nationale de Développement Humain

Social :

- Fidélisation de certains clients

- L'urbanisation excessive et la pyramide d'âge renversée font que beaucoup de gens aspirent à améliorer leur niveau culturel et technique parallèlement à leur niveau social en nette amélioration (bancairisation, accès facile aux crédits hypothécaire et automobile ...)
- Le taux d'analphabétisme de la population marocaine a baissé de deux tiers sur un demi-siècle (54 ans), en passant de 9 personnes sur 10 (87 pc) en 1960 à 3 personnes sur 10 en 2014 (32 pc), indique le Haut-commissariat au plan (HCP) dans une note d'information sur les aspects socio-démographiques et économiques de l'alphabétisation de la population marocaine publiée à l'occasion de la journée internationale de l'alphabétisation

Technologique :

- Montée du commerce électronique et commerce via les applications mobiles
- Tablette en braille

Écologique :

- De plus en plus de demandes de produits bio
- De plus en plus de demandes de produits issus du commerce équitable
- Lutte contre le gaspillage
- Certains clients font attention au développement durable (transport, invendus, vrac, etc.)
- Le papier est l'une des matières les plus simples à recycler. Recycler le papier lui permet d'avoir une nouvelle vie : redevenir du papier, du carton ou des matériaux d'isolation.
- Notre service qualité prend en compte l'impact environnemental

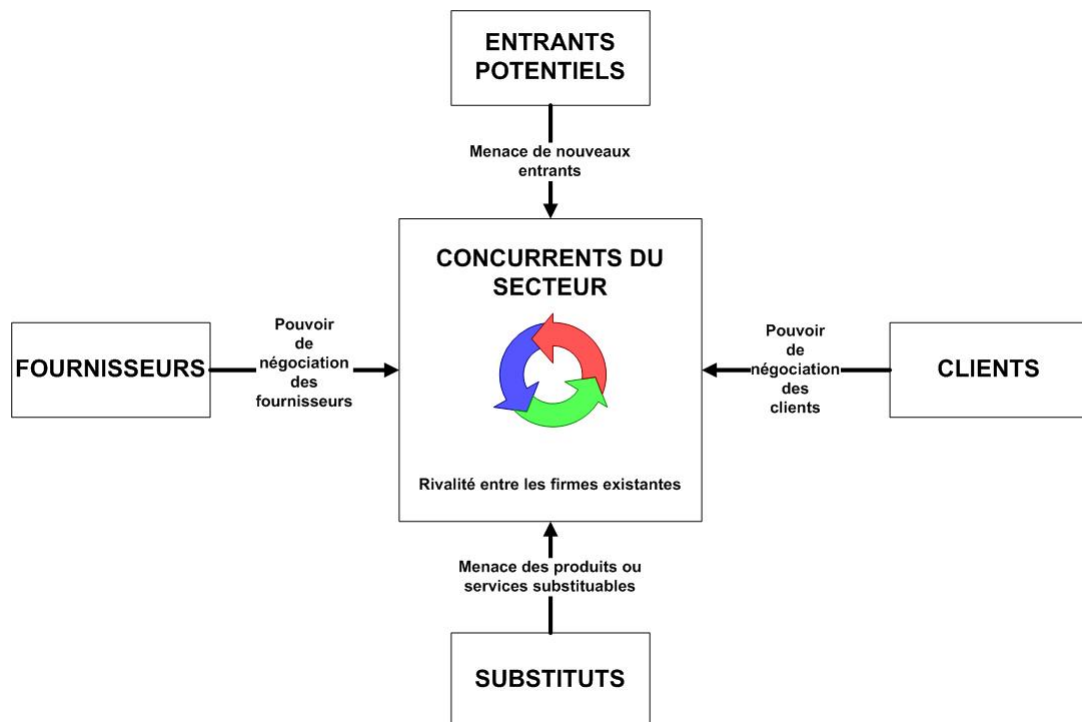
Légal :

- Réglementation limitant la concurrence par le contrôle de la création de points de vente
- Réglementation entre fournisseurs et distributeurs
- La propriété industrielle (l'inscription au Registre de commerce) protège nos produits et notre marque.
- Les droits d'auteurs ne sont pas transgressés, du fait de la nature même de notre intervention: interprétation et remodelage des textes originaux et non un plagiat.

4.3. Modèle de Porter

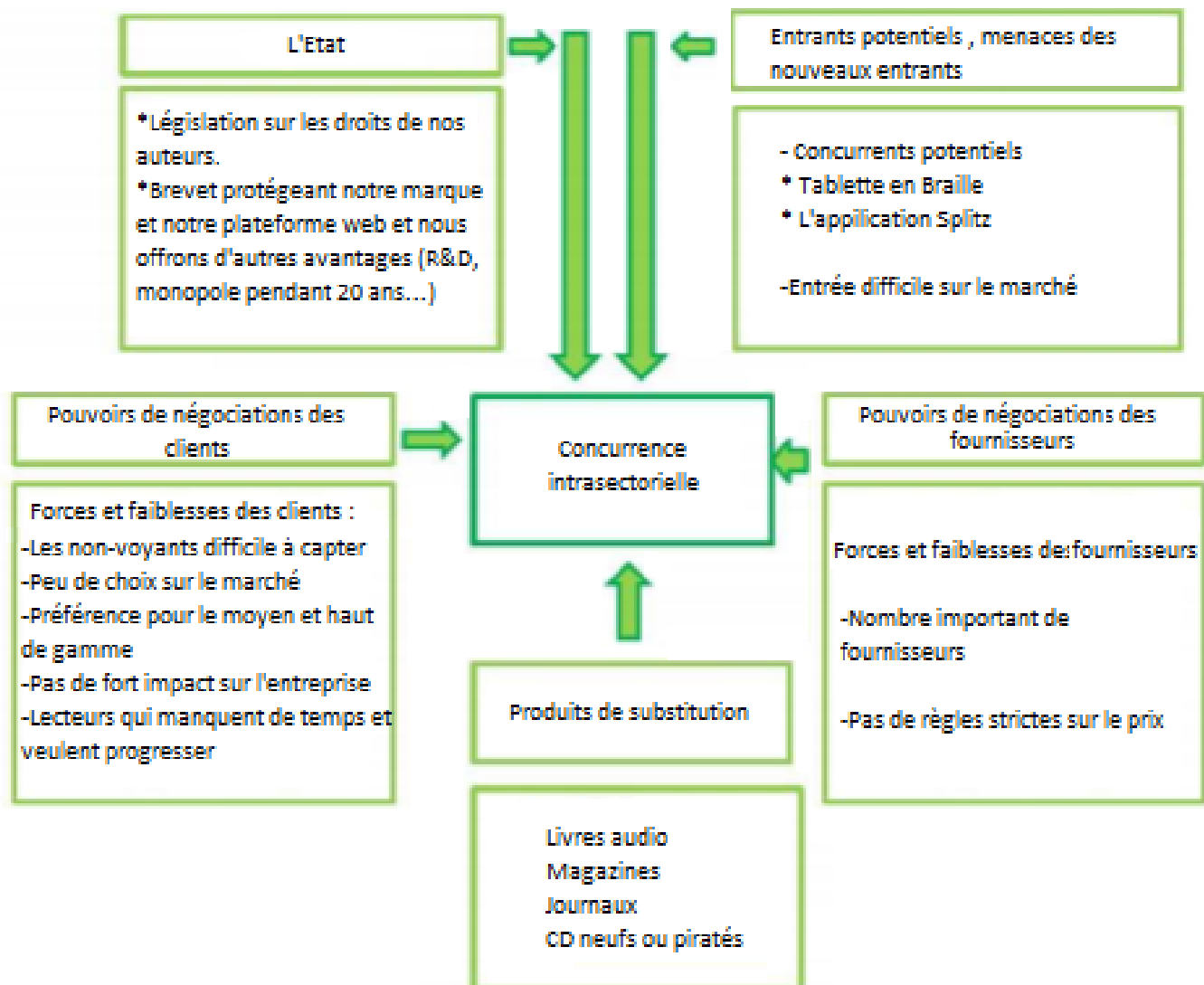
Les 5 forces de Porter est un outil qui sert d'analyse stratégique de l'environnement concurrentiel d'une entreprise. L'objectif du modèle de Porter est de permettre l'identification de ces cinq forces afin de pouvoir adapter et ajuster sa stratégie et obtenir ainsi certains avantages par rapport à la concurrence. Le but ultime est, bien sûr, de réaliser des profits économiques supérieurs à la moyenne des concurrents.

Selon le modèle de Porter, il y a 5 forces qui vont déterminer le potentiel d'une industrie pour une entreprise :



En analysant ces forces qui agissent sur l'industrie, un investisseur pourra ensuite voir l'impact de ces forces sur l'entreprise dans laquelle il pense investir, optimiser son avantage concurrentiel, générer du profit, anticiper les évolutions du marché et résister à la pression des forces qui s'applique sur l'entreprise.

ANALYSE EXTERNE



4.4. Matrice SWOT



Analyse des points faibles:

Est-ce vraiment réducteur ? Par essence c'est réducteur, mais un auteur fait un livre pour pouvoir transmettre une idée et il y a des idées-force dans son livre. Notre principal atout consiste à identifier ces idées-force et les restituer dans un document qui est plus court.

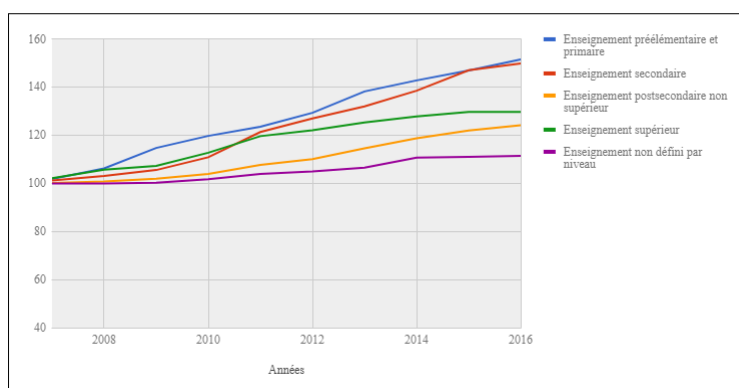
Est-ce un service légal ? C'est un service parfaitement légal qui s'inscrit dans la loi qui dit qu'un auteur n'est pas propriétaire de l'idée mais de l'expression de cette idée. Donc aux mots qu'il a choisis pour exprimer cette idée. Nous demandons à nos auteurs de reformuler l'intégralité du propos sans jamais faire du plagiat.

Caractéristiques de la clientèle cible

5.1. Enseignement

D'après le HCP: Le taux d'analphabétisme de la population marocaine a baissé de deux tiers sur un demi siècle. Le taux d'analphabétisme de la population marocaine a baissé de deux tiers sur un demi siècle (54 ans), en passant de 9 personnes sur 10 (87 pc) en 1960 à 3 personnes sur 10 en 2014 (32 pc), indique le Haut-commissariat au plan (HCP) dans une note d'information sur les aspects socio-démographiques et économiques de l'alphabétisation de la population marocaine publiée à l'occasion de la journée internationale de l'alphabétisation (8 septembre 2017). L'accroissement de l'indice IPC: Indice des prix à la consommation de la décade 2006-2016 a augmenté de 50 pour cent concernant l'enseignement primaire et secondaire et augure d'horizons plutôt encourageants pour notre activité.

Enseignement : IPC annuel par sections pour la division Enseignement (Base 100 : 2006)



Source : Enquête de la production industrielle, Haut Commissariat au Plan

IPC annuel par sections pour la division Enseignement (Base 100 : 2006)

5.1.1. L'indice de l'économie du savoir

Notre ambition s'inscrit dans le cadre de l'insertion d'une frange non négligeable (presque le quart) de l'ensemble de nos handicapés dans l'économie de la connaissance.

Le rôle central de l'économie du savoir est de nature à alimenter tous les instruments de développement à savoir la recherche et développement, l'éducation et l'innovation. L'indice de l'économie du savoir (KEI) a presque doublé durant 1995-2004, mais il reste faible en comparaison avec la moyenne de la région MENA, les pays développés et les pays scandinaves. Cette faiblesse est due aux limitations des niveaux de plusieurs indicateurs : l'enseignement supérieur scientifique et technique, la protection des droits de propriété, les barrières tarifaires et non tarifaires, le potentiel humain mobilisé dans la RetD - qui est dirigée par une économie de rente et des imperfections de marchés - et l'exportation des produits manufacturés en pourcentage du PIB qui souffre des imperfections dans les mécanismes de diffusion de l'information.

Parmi les facteurs qui bloquent l'accès à la connaissance figure la déconnexion du savoir formel du savoir tacite. C'est dans ce sens qu'il y a possibilité de recourir aux deux genres de savoirs pour le développement du secteur informel ou la formalisation du secteur tacite. Le secteur de l'éducation devrait être orienté afin de prendre en considération le secteur informel et le savoir tacite afin de prévenir les déperditions scolaires précoces (à cause du coût, processus pédagogique, genre, langue...). Au niveau de la RetD, il faudrait éliminer toute forme d'indifférence à la recherche ou économie de rente dans le domaine de la recherche, créer de la compétition et accélérer la diffusion de l'information.

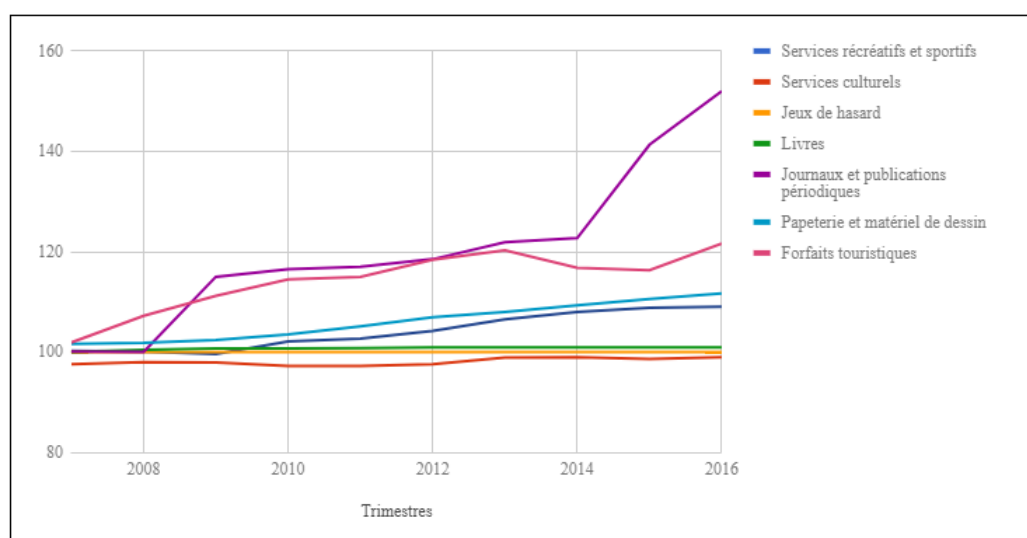
Si le taux de croissance observé durant les dernières années est maintenu, le Maroc sera vite dépassé par le reste du monde dans le domaine de l'éducation et de la création et la diffusion des technologies. Cependant, l'adoption du taux de croissance relatif aux pays émergents en matière de KEI rendrait le Maroc plus compétitif en termes d'innovation, incitations économiques et éducation.

KEI Maroc	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2025	2030
Scénario tendanciel	2,13	2,57	3,02	3,47	3,92	4,37	4,81	5,26
Scénario alternatif	2,13	2,57	3,02	4,24	5,94	8,32	8,92	8,92

5.2. Pouvoir d'achat

Sur ce premier graphe l'on peut remarquer la courbe croissante des journaux et publications périodiques qui montre un pouvoir d'achat et un engouement à l'information et aux rubriques de loisirs et dénote une part de marché croissante à prospecter.

Loisirs & Culture : IPC annuel par sections pour la division loisirs et culture (Base 100 : 2006) (2ème partie)



[illegible]

6

La pénétration du marché

J'opterais pour une stratégie d'écrémage qui consiste à introduire le produit nouveau à un prix « élevé » qui sera abaissé progressivement tout au long du cycle de vie du produit.

Cela va me permettre de m'appropriier (au moins partiellement) le « surplus du consommateur » (c'est-à-dire le fait que certains consommateurs ont une disposition à payer pour un produit plus que d'autres).

Elle présente l'avantage de pouvoir dégager une marge forte qui pourra être plus ou moins maintenue tout en baissant le prix progressivement au fur et à mesure que les coûts diminuent le long de la courbe d'expérience ou en raison des économies d'échelle.

Reliés aux coûts :

- Atteindre rapidement le point mort, par conséquent avoir un recouvrement des coûts de manière rapide
- Avoir un ROI (retour sur investissements) rapide et élevé et donc réaliser un taux de rendement des investissements
- Exercer une influence évidente sur la rentabilité du produit, c'est-à-dire atteindre rapidement le seuil de rentabilité. Ce qui consiste à étudier la relation entre les recettes globales et le coût total pour déterminer la rentabilité à différents niveaux de production : à partir de certains prix, des coûts fixes et des coûts variables

Reliés aux profits:

- Maximisation des profits au court terme, dès le début
- Générer des marges d'emblée
- Dégager une forte marge unitaire
- Impact sur les marges nettes et sur la rotation des actifs

Reliés aux ventes:

- Accroître le chiffre d'affaires
- Compenser l'effet de baisse des ventes en adoptant un prix de vente supérieur (tout en ne dépassant pas le prix plafond : demande inexistante au dessus de ce prix)
- Faire du prix un critère d'achat décisif pour le client et par conséquent croître les ventes

Reliés à la demande au client

- Toucher un segment limité de clientèle : clients ayant un pouvoir d'achat élevé, à haut revenus et au niveau de vie élevé, clients les plus solvables
- Viser un segment élitiste ainsi que les pionniers

Reliés à l'image:

Donner et annoncer un positionnement spécifique au produit proposé, pour être ensuite en compatibilité avec celui-ci
 Renforcer le positionnement du produit
 Mettre l'accent et augmenter la qualité perçue du produit
 Faire augmenter et maximiser la valeur du produit aux yeux des consommateurs et par conséquent faire diminuer l'importance du prix
 Posséder un fort pouvoir de communication afin de situer la valeur et la qualité du produit
 Obtenir de la notoriété : indicateur de qualité
 Refléter une certaine unicité du produit
 Donner une cohérence au trinôme : coût/demande/concurrence
 Créer l'effet halo : se produit lorsque l'on se forme une impression générale d'un produit à partir d'une seule de ses caractéristiques (en l'occurrence le prix)

Reliés au marché / à la concurrence

Lutter, écarter ou éliminer les concurrents,
 Décourager les concurrents potentiels
 Renforcer sa position concurrentielle
 S'assurer la place du leadership
 Affirmer son emprise sur un segment de marché
 Conquête d'une part de marché
 Approcher le marché par un élargissement de segment à segment, en adaptant produit et prix de manière progressive

Avantages de cette stratégie :

- 1)-les clients sont moins sensibles au prix pendant la phase de lancement qu'elles ne le deviendront quand le produit arrivera à maturité et que l'imitation se réalisera. C'est la période pendant laquelle tous les efforts de dynamique commerciale, comme la publicité, présentent le plus grand effet sur le chiffre d'affaires.
- 2)-L'écémage permet de profiter d'un segment du marché acceptant des prix élevés, avant qu'on ne tente d'exploiter d'autres groupes de consommateurs plus sensibles aux niveaux des prix : demande inélastique par rapport au prix. Autrement dit, on obtient au début un supplément de ventes chez ceux qui ne se préoccupent guère des prix tandis qu'on acquiert de l'expérience dans le but d'atteindre un marché plus étendu grâce à des niveaux de prix plus séduisants et raisonnables.
- 3)-Par ce moyen, les gestionnaires commerciaux responsables du produit sondent la demande. En effet, il paraît plus judicieux de commencer par un prix élevé et de le baisser plus tard quand le premier segment de marché a été totalement prospecté que de commencer à offrir un prix bas et de l'élever ensuite pour couvrir des coûts inattendus. De plus, cette stratégie de prix élevés permet d'échapper à une concurrence directe par les prix.
- 4)-Une politique de prix élevés pour une demande qui, en tout état de cause, est favorable au produit entraînent un plus grand nombre de vente lors de la phase de lancement et de développement que ne le ferait en effet une politique de bas prix. Cette stratégie s'adressant à un segment inélastique par rapport au prix, il en va de soi que les clients ciblés seront prêts à payer le prix surtout de par le côté privilégié auquel ils bénéficient (=> 1ère phase du cycle de vie). De plus, cette stratégie génère en effet, dès le début de la distribution, des barrières solides à l'entrée d'un marché dans le but d'éviter que de nouveaux entrants concurrencent féroceement l'entreprise.
- 5)-La stratégie présente l'avantage de pouvoir dégager une marge forte qui pourra être plus ou moins maintenue, tout en baissant le prix progressivement au fur et à mesure que les coûts diminuent le long de la courbe d'expérience ou en raison des économies d'échelle.

Nos prix :

Pour les magazines : 30DH/magazine

Les offres d'abonnement :

TARIFS

Votre abonnement The ReadingSolution **SANS ENGAGEMENT.**



ESSAI GRATUIT

LECTURE ILLIMITÉE PENDANT 7J

AUDIOKOOBS ILLIMITÉS PENDANT 7J

UN KOOB GRATUIT PAR SEMAINE, À VIE

ACCÈS AUX APPLICATIONS MOBILES

GRATUIT

sans engagement

JE M'INSCRIS



UNLIMITED MENSUEL

LECTURE ILLIMITÉE

AUDIOKOOBS ILLIMITÉS

LECTURE HORS LIGNE

EXPORT KINDLE (LIMITÉ À 5 / SEMAINE)

HIGHLIGHTS

SANS ENGAGEMENT

ACCÈS AUX APPLICATIONS MOBILES

79,9 DH

par mois

JE M'INSCRIS



UNLIMITED ANNUEL

LECTURE ILLIMITÉE

AUDIOKOOBS ILLIMITÉS

LECTURE HORS LIGNE

EXPORT KINDLE ILLIMITÉ

HIGHLIGHTS

SANS ENGAGEMENT

ACCÈS AUX APPLICATIONS MOBILES

66,7 DH

par mois, avec facturation annuelle

JE M'INSCRIS

7

Nos moyens de publicité

7.1. Préliminaire

Pendant longtemps, les campagnes marketing reposaient sur des médias dits traditionnels (TV, Radio, affichages, ...). Ces campagnes étaient appuyées par des efforts en relations publiques avec la presse en particulier. Malgré les spécificités propres au digital, de nombreuses techniques sont une transposition des techniques traditionnelles. Par exemple l'achat de bannières publicitaires sur des sites (display) est une transposition de la publicité presse ou télévisée (achat d'espace). Par ailleurs, le degré de personnalisation reste essentiel au digital, permettant notamment d'ajuster la communication en fonction du destinataire et de ses comportements. Le marketing digital suppose de gérer la présence de l'organisation sur l'ensemble des médias et des plates-formes en ligne: websites, moteurs de recherche, réseaux sociaux, applications pour téléphone, e-mail marketing, sms marketing, ...)

Le rôle du digital est essentiel pour pratiquer un marketing cross-canal (appelé marketing intégré ou marketing à 360°). Pour que le marketing digital soit une réussite, il est nécessaire d'intégrer ces technologies avec les pratiques traditionnelles comme le print (brochures, flyers, affiches, ...).

Le marketing opérationnel ne suffit plus à l'entreprise pour garder son image de marque et sa notoriété; Ouverture vers une stratégie de coopération, de coproduction (gagnant – gagnant)
- Quelles sont les solutions pour créer une relation et fidéliser une communauté de clients ?
- Un marketing affectif: une relation en continue, avec des conseils et une offre personnalisée.

Obtenir le Ravissement en touchant le pôle affectif et irrationnel du consommateur. • Les modes de communication hérités de l'ère industrielle et de consommation de masse ne fonctionnent plus

- L'ère de la publicité massive est révolue

Notre marque doit porter en elle:

- o une histoire
- o des valeurs
- o des héros
- o des méchants
- o des traditions
- o des codes
- o des légendes...

- Notre marque doit donner un rôle au consommateur ce qui demande avant tout de la communication et non de la publicité c'est pourquoi notre temps sera notre devise la plus valable et non l'argent dont nous disposons.

7.2. Quelques chiffres:

- Les sites les plus visités dans la majorité des pays sont: Facebook, Twitter et YouTube
- Les réseaux sociaux représentent 1/5 du temps passé sur Internet

- 57 pc des internautes actifs ont rejoint un réseau social
 - 55 pc des internautes actifs ont déjà uploadé une photo
 - 83 pc des internautes actifs ont déjà visionné une vidéo
 - Facebook et MySpace rassemblent le même trafic journalier que Google
 - Les internautes passent 16 pc de leur temps à se connecter socialement (il y a encore 3 ans, cette catégorie n'était pas prise en compte dans les statistiques)
 - 184 Millions de bloggers
 - 175'000 nouveaux blogs chaque jour = 1 chaque seconde
 - La blogosphère double en taille chaque 6 mois
 - 73pc des internautes actifs ont déjà lu un blog
 - 45pc des internautes actifs ont ouvert leur propre blog
 - 39pc des internautes actifs sont abonnés à un flux RSS
- Source: Neil Perkin, Morgan Stanley, SiteProNews

7.3. Nos techniques:

Les bénéfices du marketing digital sont définis par les 5S:

1. SELL (« Vendre » - augmenter les ventes)
2. SERVE (« Servir » - ajouter de la valeur)
3. SPEAK (« Converser » - se rapprocher des clients)
4. SAVE (« Economiser » - réduire les coûts)
5. SIZZLE (« Dynamiser » - étendre la marque en ligne)

7.3.1. Marketing viral

Action cherchant à propager et amplifier rapidement un message entre les consommateurs de manière exponentielle. Formats : vidéo virale, e-mail, widget... Combinaison des résultats de différents moteurs verticaux au sein d'un seul index de résultats (SERP): pages web + news + billets de blogs + images + vidéos + audios + ... Publiez du contenu dans ces différents services et moteurs verticaux Google News + Wikio + Blogs + Flickr + YouTube + SlideShare... Un utilisateur cliquera plus volontiers sur un résultat proposant des pages, des vidéos, des images, des news... que sur un résultat proposant uniquement des pages web!

7.3.2. Le buzz marketing

Diffuser de l'information vers le consommateur grâce à un événement ou une action spectaculaire, originale et mémorable associée à notre marque (Formats : événement, mini-site, streetmarketing,...)

7.3.3. Marketing d'attention

Personnaliser l'information diffusée vers le consommateur en s'appuyant sur ses goûts, recommandations, habitudes et son historique...faire appel au big data!

IDENTIFIER LES EXIGENCES DES CLIENTS:

Les plates-formes et technologies digitales peuvent être utilisées pour la réalisation d'études marketing pour identifier les besoins, les freins, les attentes et les désirs des consommateurs.

ANTICIPER LES EXIGENCES DES CLIENTS:

Permettre aux internautes de s'informer et/ou réaliser des achats. L'analyse des requêtes ou des comportements de navigation permet de comprendre les besoins latents des clients.

SATISFAIRE LES EXIGENCES DES CLIENTS:

L'un des facteurs clés est d'atteindre un niveau élevé de satisfaction en améliorant par exemple l'accessibilité du site ou le dispositif du service client.

7.3.4. Marketing d'influence

Générer du bouche à oreille en impliquant les leaders d'opinions online (blogueurs) et offline (consommateurs influents) en les motivant à relayer votre message auprès de leur audience...

1 - Les créateurs de tendance

- A l'origine des premiers contenus
- Parleront du produit ou du service pour la première fois en ligne
- Provoqueront les réactions en chaîne et l'éventuel engouement
- C'est plus leur coeur qui parle que leur flair

2 - Les guetteurs:

- Ils surveillent tout ce qui se passe
- L'art de dénicher les informations en premier
- C'est leur flair qui parle
- Mettre à jour auprès d'une communauté plus large ce qui fait la news

3- Les leaders d'opinion

- Les premiers à essayer
- Faculté de transmettre leur engouement / désintérêt
- Capacité de rallier les autres à leur opinion

4-Les experts

- Respectés dans leur domaine d'activité et très pointus sur le sujet
- Testent le produit ou au service
- Leur analyse donnera crédibilité au produit ou service

5-Les célébrités

- Leur statut de star leur octroi une aura
- Rassemblent les foules en quête de ressemblance

6-"Les social Ring leaders" (initiateurs de la boucle sociale)

- Possèdent un gros réseau
- Statut d'ambassadeur du réseau
- Motivent les communautés auxquelles ils appartiennent à leur emboiter le pas

Evolution à long terme

8.1. Internet quantique

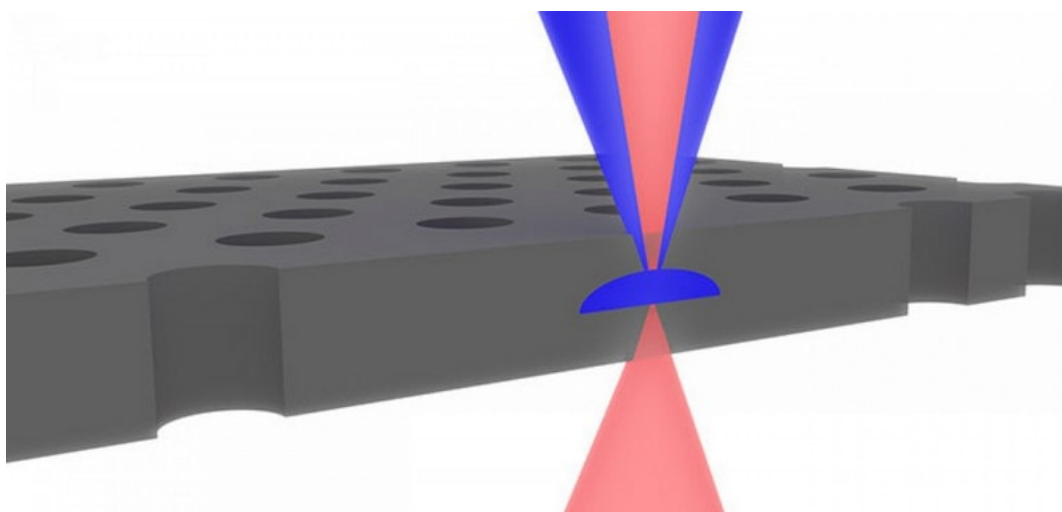
Les scientifiques souhaitent créer un « Internet quantique » totalement sécurisé et pratiquement impossible à pirater. Cet internet serait si sécurisé, que même si quelqu'un réussissait à intercepter vos communications privées, vous le sauriez immédiatement.

Cela serait rendu possible par le fait que l'Internet quantique implique la transmission de données par le biais des particules de lumière individuelles (photons) plutôt que par le biais de faisceaux de lumière, qui sont actuellement utilisés pour transmettre des informations à travers nos réseaux à fibre optique existants.

Tandis que les informations véhiculées par le biais d'impulsions lumineuses peuvent être interceptées et lues, les photons ne peuvent pas être mesurés sans être détruits et de ce fait, tout type de piratage devient physiquement impossible.

Malheureusement, créer cet Internet quantique n'est pas une chose aisée et les scientifiques luttent depuis des années pour réussir à trouver un moyen d'acheminer efficacement des flux de photons uniques, ou « lumière quantique ». Mais à présent, une équipe de l'Université de Stanford a peut-être trouvé une solution en établissant une source de lumière quantique qui pourrait devenir la base des connexions quantiques.

La source de lumière en question est un laser à l'échelle nanométrique, qui projette de la lumière à travers une puce d'arséniure de gallium (comme nous pouvons le voir dans l'illustration ci-dessous). Cette puce agit comme un filtre et laisse passer la lumière classique (en rose), tout en produisant une lumière quantique (en bleu).



Cela fonctionne bien, mais une fois que le signal est envoyé, il est compliqué de le recevoir. « Le problème est que la lumière quantique est beaucoup plus faible que le reste de la lumière

provenant d'un tel laser modifié – c'est difficile à capter », a expliqué la chercheuse principale Jelena Vuckovic. « Donc, nous avons créé un moyen de filtrer la lumière indésirable, ce qui nous permet de bien mieux lire le signal quantique », a-t-elle ajouté.

Ce filtrage fonctionne de la même manière que les casques anti-bruit actifs, qui annulent le bruit de fond en reproduisant une fréquence similaire inverse aux sons ambiants. Mais dans ce cas, c'est la lumière de fond qui est annulée, au lieu du son. « Une partie de la lumière qui revient du laser modifié agit comme du bruit, nous empêchant ainsi de voir la lumière quantique. Nous l'avons annulée pour révéler et souligner le signal quantique caché en-dessous », a déclaré l'un des chercheurs, Kevin Fischer.

Pour ce faire, les chercheurs ont d'abord déterminé à quoi ressemblait la lumière d'arrière-plan, puis ont renvoyé un motif similaire à la source de lumière. En modifiant la manière dont ces deux sources de lumière se chevauchaient, ils ont pu annuler la lumière de fond et révéler la lumière quantique qui était cachée. « C'est un développement très prometteur. Il nous fournit un chemin pratique pour sécuriser les communications quantiques », a déclaré Vuckovic.

À présent, l'équipe est en train d'élaborer un prototype qui pourrait être utilisé pour concevoir les bases d'un Internet quantique.

8.2. Tablette en braille

Encore à l'état de prototype, la tablette Blitab pourrait bien révolutionner le marché des gadgets accessibles. Destinée aux non-voyants et aux mal-voyants, l'appareil traduirait en instantané les divers textes grâce à de petites billes en relief mues par une technologie innovante.

D'autres machines du même genre sont déjà sur le marché. Cependant, elles restent coûteuses et peu efficaces. Avec la Blitab, les ingénieurs bulgares de Blitab Technology semblent bien décidés à offrir un véritable changement en profondeur dans les usages des aveugles et mal-voyants.

Basé en Autriche et porté par Kristina Tsvetanova, Slavi et Stanislav Slavev, le projet a été soumis au financement participatif en vain à la fin de l'année 2014. Mais forte de la volonté de ses tenants, l'initiative a déjà obtenu reconnaissance et récompenses de diverses structures.

Le passage au numérique Après trois ans de mise au point du projet, les jeunes entrepreneurs finissent par présenter leur concept au Hello Tomorrow Challenge 2015, qui a finalement consacré un drone écologique. La tablette Blitab a cependant recueilli les honneurs des médias qui ont été nombreux à parler d'elle en dépit de son élimination avant la finale.

Avec la Blitab, l'accès à Internet devrait être largement facilité pour les personnes handicapées. Les malvoyants et non-voyants autrefois exclus de l'utilisation d'une source de connaissances sans limite pourraient donc entrer totalement dans l'époque 2.0 en naviguant naturellement sur le web. Si des fonctionnalités sont déjà accessibles afin de faciliter leur navigation, la Blitab apparaît tout de même comme le dispositif le plus performant à cette heure.

En attendant de savoir si elle sera à la hauteur lors de sa sortie, les internautes peuvent toujours investir dans le projet ou figurer parmi les premiers testeurs de l'appareil connecté.



8.3. D'autres scénarios du futur

8.3.1. Si la culture disparaissait au profit des avancées technologiques?

Et si l'holographie, le développement d'internet, le développement des sites permettant de se créer une vie virtuelle, l'invention de toute sorte d'appareil capables de nous faciliter la vie... faisait que l'homme ne s'intéresse plus à ce qui est extérieur à lui-même. Entendez par culture, ce qui touche à la politique, à l'histoire, à la connaissance de la nature, aux langues, à la lecture et à la musique. L'Homme n'éveillerait plus ces sens, ne serait plus attentif aux problèmes de la société, serait dans l'incapacité de faire des choix sociaux, politique, professionnels, car il ne se connaîtrait plus lui-même. La pollution augmenterait rapidement sur Terre, menaçant les forêts, l'eau, les océans, l'air. Chacun vivrait dans un individualisme profond, les sociétés disparaîtraient dans une grande violence (meurtres, attaques atomiques, attaques bactériologiques, guerre mondiale), et chacun serait dans un affrontement permanent entre lui, ce qu'il est virtuellement et les autres. Former un couple et fonder une famille ne sera plus possible, l'espèce humaine disparaîtrait peu à peu.

8.3.2. Si l'on maîtrise la totalité des capacités de notre cerveau?

A l'heure actuelle il existe de nombreux phénomènes paranormaux non-expliqués par la science. Supposons que dans le futur on arrive à déplacer des objets à distance et que ce mode de déplacement soit précis.

Il serait possible d'avoir une micro-chirurgie de précision, des agences de voyage qui propulsent leurs clients par la pensée,... On peut aussi imaginer que cette technique serve le mal pour créer des armes encore plus sophistiquées, lancer des bombes encore plus facilement. Quoique cela pourrait entraîner un gain d'argent. N'ayant plus besoin d'avion, ni de carburant et de moins de bombes (vu que le lancer est plus précis -on peut espérer qu'elles fassent moins de victimes), il y aurait là de l'argent qui pourrait être déplacé ailleurs. Si cette meilleure maîtrise de notre cerveau nous permet, grâce à une "glande" spatio-temporelle de SORTIR DE NOTRE CORPS, on pourrait voyager dans le monde sans devoir bouger, on com-

prendrait ainsi mieux les différentes cultures ce qui entraînerait sûrement une baisse de la xénophobie et du (néo-)rascisme. Les personnes contrôlant bien cette "glande" pourraient peut-être arriver à voyager dans l'espace. Ces nouveaux astronautes étudieraient ainsi les composantes de nouvelles matières (qui pourraient être ramenées par ceux qui maîtrisent le déplacement d'objets par la pensée). Ils étudieraient les nouvelles formes de culture des planètes nouvellement découvertes, ramener ainsi de nouvelles formes de pensée. Ces nouveaux matériaux extra-terrestres, ces nouvelles formes de pensée influenceront certainement la vie sur Terre.

Il y aura de toute manière un bon et un mauvais côté... Le futur est ce qu'on en fait

8.3.3. La Nanotechnologies permettant la télépathie

La nanotechnologie permet de fabriquer des puces de l'ordre du nanomètres, puces qui seront ensuite greffées à une partie du cerveau, et communiquent par onde radio (ou autre moyens de communications), à une interface, elle-même relié à un système planétaire. La télépathie apparaît ! Les envois de pensées à une tierce personne dont on connaît "l'adresse télépathique", transiteraient du penseur, au système de diffusion, (par l'intermédiaire d'une interface), qui ensuite transiteraient jusqu'à la puce du receveur potentiel. Rôle de la puce qui joue le rôle de récepteur : Tout simplement de générer un langage neuronal, compréhensible par l'aire du cerveau qui gère la compréhension des phrases. Ainsi, le message "pensé", serait "entendu" par le "destinataire". Bien sûr, ce système incluerait une fonction ON/OFF, en quelque sorte, "commandé" par le penseur à son "opérateur". Ainsi, on peut quand même être tranquille. On peut également imaginer une sorte de répondeur à ceux qui ont mis leur système en OFF. Une nouvelle ère de communication commence!

Bibliography

Les données statistiques

-<https://www.hcp.ma/>

Les scénarios du Futur:

-<http://trustmyscience.com/grand-pas-en-avant-vers-un-internet-quantique/>

-<http://www.arbredespossibles.com/>

Les Menaces technologiques:

Spritz:

*<http://spritzinc.com/>

Projet de la tablette en braille:

-<http://www.konbini.com/fr/tendances-2/tablette-blitab-braille/>

Le Marketing digital :

-Livres consultés:

-INTRODUCTION AUX FONDAMENTAUX PAR LA SOCIÉTÉ LIKE 2.0

-Marketing 2.0 Techniques et Stratégies