



SÉBASTIEN **MORE**

MODULE 6

Élaborer sa stratégie commerciale

CIBLER LES BONS CLIENTS

FORMATION CRÉATION
D'ENTREPRISE

VERSION 1.0 - 05.05.2022





Choisir la/les
bonnes cibles

- ✓ Identifier les groupes homogènes de personnes ayant des caractéristiques et des comportements similaires
- ✓ Sélectionner les groupes ayant le plus de potentiel pour l'entreprise

Élaborer un ciblage efficace

La méthodologie :

1. Segmenter

Découper un marché aux profils hétérogènes, en groupes homogènes



2. Cibler

Choix du ou des segments au plus fort potentiel

Les critères de segmentation peuvent être :

- ✓ En BtoC : âge, sexe, profession, localisation, habitude d'achat, convictions personnelles...
- ✓ EN BtoB : secteur d'activité, chiffres d'affaires, localisation, taille, typologie de clientèle...

Élaborer un ciblage efficace

Pour être pertinent, un segment doit répondre à :



Sa mère

=

SAM-R

Spécifique - Accessible - Mesurable - Rentable

Pour être pertinent, un segment doit être :

✓ **Spécifique**

Regrouper un ensemble d'individus avec des attitudes et des comportements homogènes, mais spécifiques par rapport aux autres segments

✓ **Accessible**

Atteignable avec des actions marketing

✓ **Mesurable**

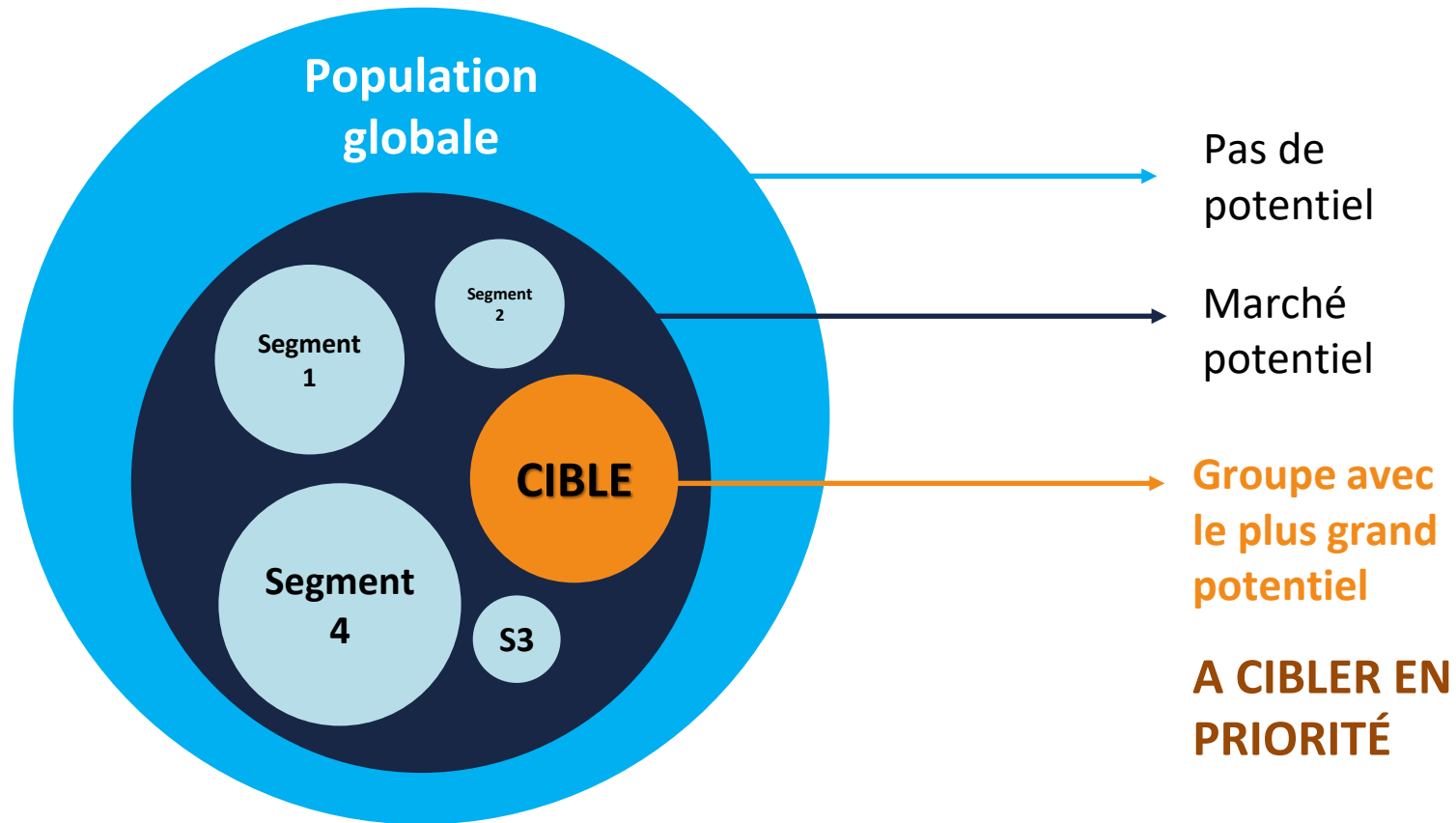
La valeur du segment doit pouvoir être évaluée

✓ **Rentable**

Apporter un intérêt économique concret pour l'entreprise

Élaborer un ciblage efficace

Choisir ensuite parmi les différents segments la bonne cible :



Les éléments à prendre en compte pour s'assurer d'un ciblage pertinent :

- ✓ Un volume de clients potentiels suffisant
- ✓ La véracité du besoin auquel répondre
- ✓ Une perspective d'évolution des besoins favorable
- ✓ La capacité à répondre aux besoins des cibles identifiées

Les différentes stratégies de ciblage :

- ✓ **Stratégie différenciée** : un produit pour une cible
- ✓ **Stratégie de masse** : un produit pour différentes cibles
- ✓ **Stratégie multi-segments** : plusieurs produits pour plusieurs cibles

Les différentes stratégies de ciblage : remarques

- ✓ Ne pas s'adresser à un segment trop petit pour un marketing différencié
- ✓ Prêter aux évolutions des attentes des consommateurs pour un marketing de masse afin que l'offre correspondent aux besoins
- ✓ Élaborer une stratégie marketing très précise pour un marketing multi-segment

Élaborer un ciblage efficace

La méthodologie :

1. Segmenter

Découper un marché aux profils hétérogènes, en groupes homogènes

2. Cibler

Choix du ou des segments au plus fort potentiel



Définir le positionnement