



PRÉSENTATION SUR :

LES STRATEGIES MARKETING

Présenté par Epiphane DJAKO

PLAN



Introduction

I- Qu'est ce que le marketing ?

II- Qu'est-ce qu'une stratégie marketing ?

III- Quelles sont les différentes stratégies marketing ?

IV- Comment présenter une stratégie marketing ?

V- Les différentes stratégies marketing

VI- Les différentes étapes d'une stratégie marketing

Conclusion

Introduction

La fonction marketing a beaucoup évolué depuis les premiers jours de la révolution industrielle. À l'origine, le mot marketing n'existait même pas ; on parlait alors de ventes. Aujourd'hui la vente n'est plus qu'une partie de la fonction marketing. Cette fonction de l'entreprise a elle-même progressé au point de donner naissance à une nouvelle perception de l'entreprise exprimée par le concept de marketing, concept qui repose sur le principe de base suivant : la satisfaction des besoins du consommateur en vue de maximiser les profits à long terme de l'entreprise.

Qu'est ce que le marketing ?

Le marketing, ensemble d'études et d'actions qui concourent à créer des produits satisfaisant les besoins et les désirs du consommateur dans le but assurer leur commercialisation

dans les meilleures conditions de profit. Les différentes stratégies en marketing

Une stratégie marketing va définir un ensemble de méthodes et d'actions à mettre en œuvre pour permettre à une entreprise d'atteindre ses objectifs de vente à l'échelle d'un marché

Qu'est-ce qu'une stratégie marketing ?

La stratégie marketing est composée d'un ensemble d'orientations pour atteindre les objectifs marketing alignés à ceux définis par la stratégie d'entreprise. Elle comprend des choix

portant sur des marchés (dont la concurrence) et d'offre de produits / services. Elle formule des stratégies à adopter pour exploiter les segments cibles de clients.

Les différentes stratégies marketing ?

Les différentes stratégies Sont :

La pénétration de marché : étendre sa clientèle et intensifier ses ventes auprès de ses clients courants.

Le développement de marchés : vendre son offre produits et services existante sur de nouveaux marchés.

Le développement de produits : créer et commercialiser de nouveaux produits sur des marchés existants.

La diversification : introduire de nouveaux produits sur de nouveaux marchés.

Comment présenter une stratégie marketing ?

Pour initier sa stratégie marketing il faut dans un premier temps :

Analysez les opportunités du marché et vos capacités de production ;

Dressez le persona ;

Positionnez le domaine de votre offre ;

Montez vos plans d'action ;

Réalisez un suivi régulier pour apporter les améliorations nécessaires

Les différentes stratégies marketing

Une stratégie marketing a pour objectif de définir un ensemble de méthodes et d'actions à mettre en œuvre pour permettre à une entreprise d'atteindre ses objectifs de vente à l'échelle d'un marché donné, les stratégies les plus efficaces en 2023 sont :

Le marketing direct

Le marketing d'influence

Le marketing opérationnel

Le marketing relationnel

Le storytelling

Le marketing émotionnel

Le marketing relationnel

Le marketing relationnel ou la mercatique relationnelle est l'ensemble des actions marketing qui visent à établir une relation individuelle, nominative, continue et personnalisée avec chacun des clients d'une marque afin de le fidéliser à long terme et, si possible, à vie

Il désigne les actions marketing qui visent à entretenir une relation personnalisée et continue avec chaque client afin de l'accompagner dans le parcours d'achat et le fidéliser. Centré sur le client, il s'oppose au marketing transactionnel centré uniquement sur le produit et l'acte d'achat.

Le marketing direct

Le marketing direct est une activité de marketing où une entreprise communique directement avec un client potentiel par courrier, courriels, dépliants, appels téléphoniques, messages texte ou autres outils. C'est une stratégie qui permet d'adresser un message personnalisé à des clients ou à des prospects suscitant une réaction immédiate et mesurable

Les outils sont :

L'email marketing : simple et moins onéreux ;

Le mailing postal: pratique pour le publipostage et l'envoi multiple ;

Le phoning: efficace pour prendre un rendez-vous ;

Le marketing mobile.

Le marketing d'influence

Le marketing d'influence est une stratégie marketing permettant à une entreprise de faire la promotion de son produit ou service en s'appuyant sur la notoriété d'experts et de personnalités reconnues dans leur domaine, des influenceurs ou leaders d'opinion, afin qu'ils diffusent le contenu de la marque à leur communauté.

une stratégie qui consiste à s'allier avec un ou plusieurs influenceurs pour promouvoir sa marque et ses produits à travers des publications sur les réseaux sociaux.

- Définir les objectifs
- Définir le budget
- Vérifier la cohérence entre la cible et l'influenceur
- Trouver un accord avec l'influenceur
- Récompenser l'influenceur
- Suivre et analyser les résultats

Le marketing opérationnel

Le marketing stratégique, basé sur des études de marché, fixe d'abord une orientation globale et des objectifs à atteindre pour une entreprise, une marque ou une gamme de produits. Ensuite, le marketing opérationnel met en oeuvre différentes techniques concrètes destinées à remplir ces objectifs.

Le marketing opérationnel se sert des remontées terrain issues de la force de vente pour s'adapter au marché et à la clientèle. Il se décline donc à court et à moyen terme.

On retrouve quatre leviers principaux dans le marketing opérationnel : les 4 P : (produit), (prix), (distribution) et promotion (communication). C'est ce que l'on appelle le mix marketing.

Le storytelling

Le storytelling est un moyen de communication basée sur l'accroche narrative. Cet outil de marketing permet de capter l'attention des cibles.

Il consiste à raconter des histoires, tirées d'une légende ou de la vie réelle, afin de promouvoir la vente d'un produit ou d'améliorer l'image de marque. Il fait référence à une structure narrative bien définie permettant de capter plus facilement l'attention des cibles. Avec les histoires en effet, faire passer un message devient plus simple, car cela suscite des émotions. Elles rendent d'ailleurs la communication mémorable, efficace et divertissante.

Le **storytelling** est aussi une technique de marketing émotionnel. Il rend le produit ou la marque plus proche de ses clients et constitue un plus pour sa valeur ajoutée et sa notoriété. Il exploite l'interaction humaine qui reste d'ailleurs incontournable dans le monde du marketing. Cependant, afin de ne pas perdre la confiance des clients, les récits mensongers sont à éviter.

Le marketing émotionnel

Le marketing émotionnel désigne l'ensemble des usages marketing misant sur les émotions d'un prospect ou d'un client, pour l'inviter à tisser un lien émotionnel avec une marque ou une entreprise. Ces actions marketing comprennent l'analyse, la provocation ainsi que l'utilisation de ces émotions.

Conclusion

Une stratégie marketing va définir un ensemble de méthodes et d'actions à mettre en œuvre pour permettre à une entreprise d'atteindre ses objectifs de vente à l'échelle d'un marché donné, en cherchant notamment la meilleure adéquation entre l'offre et la demande de la clientèle ciblée.