

BLOC 1

**ASSURER UNE VEILLE
COMMERCIALE, CONCURRENTIELLE,
TECHNOLOGIQUE ET DÉFINIR LES
PLANS D'ACTION MARKETING EN
FRANCE ET À L'INTERNATIONAL**

DURIF Charley
DJOUAHRA Yanis



INTRODUCTION	01
DÉFINITION DU MARCHÉ	02
SEGMENTATION	03
ANALYSE CONCURRENTIELLE	04
PROBLÉMATIQUE	05
RECOMMANDATION	06
CONCLUSION	07

SOMMAIRE

INTRODUCTION

CONTEXTE

- Société américaine fondé en **1906** par **William J.Riley**
- Spécialiste dans le **Sportwear**
- + 100 **pays**
- Gamme **sportwear**
- Gamme **lifestyle**

01



RESSOURCES

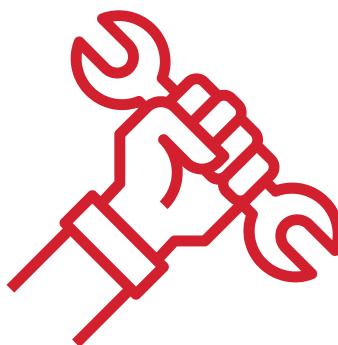


+7000 employés



Chiffre d'Affaire

5.3 Milliard de \$ (2022)
6.8 Milliard de \$ (2023)

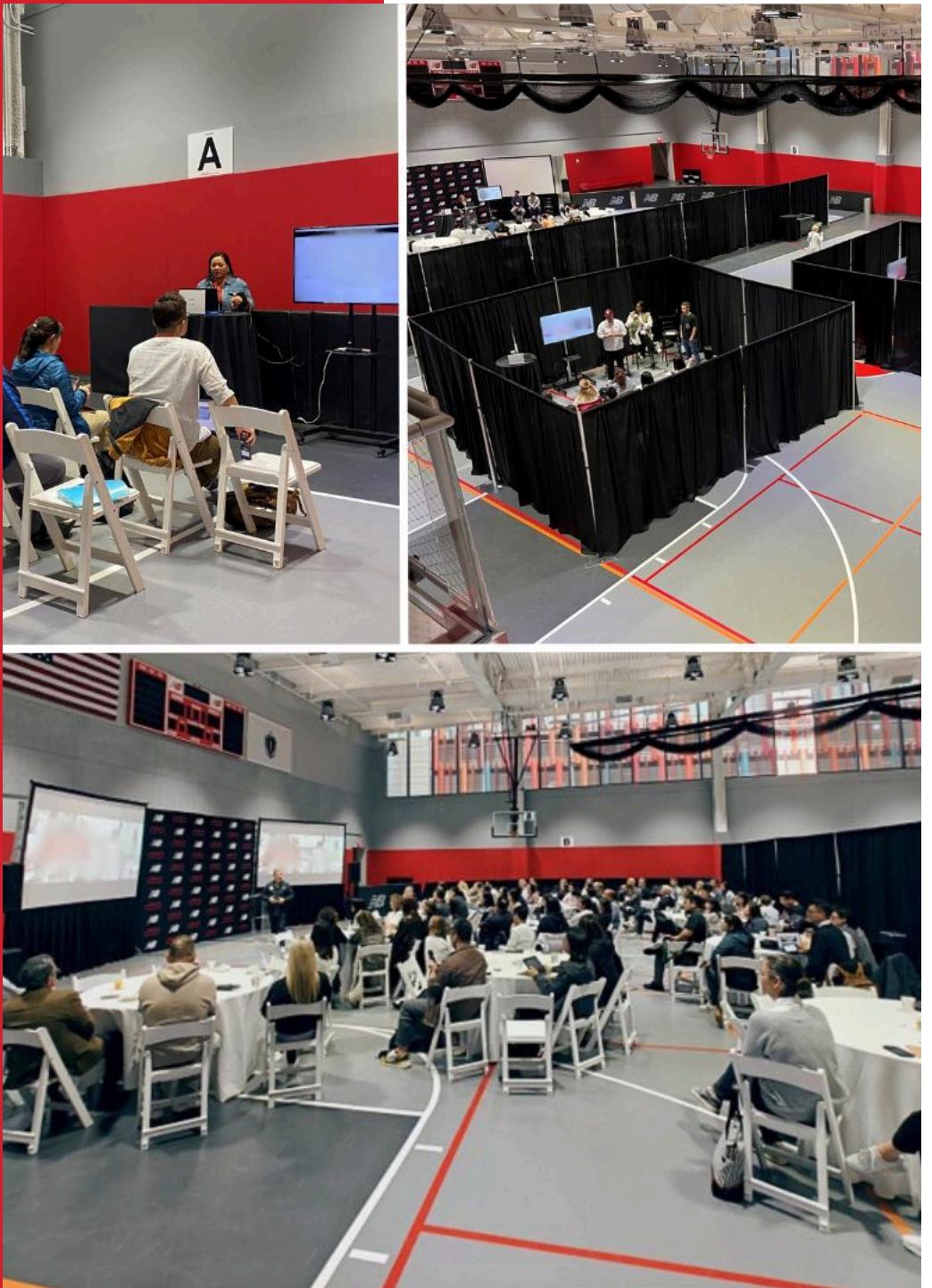


magasins : +500 site e-commerce : 1

10 USINES :
5 USA
1 UK
4 ASIE



L'ÉTUDE



Objectif de l'étude :

Repérer une problématique ou un point à améliorer et trouver une solution

Portée de l'étude :

Se démarquer de ses concurrents et ainsi de se développer en tant qu'entreprise.

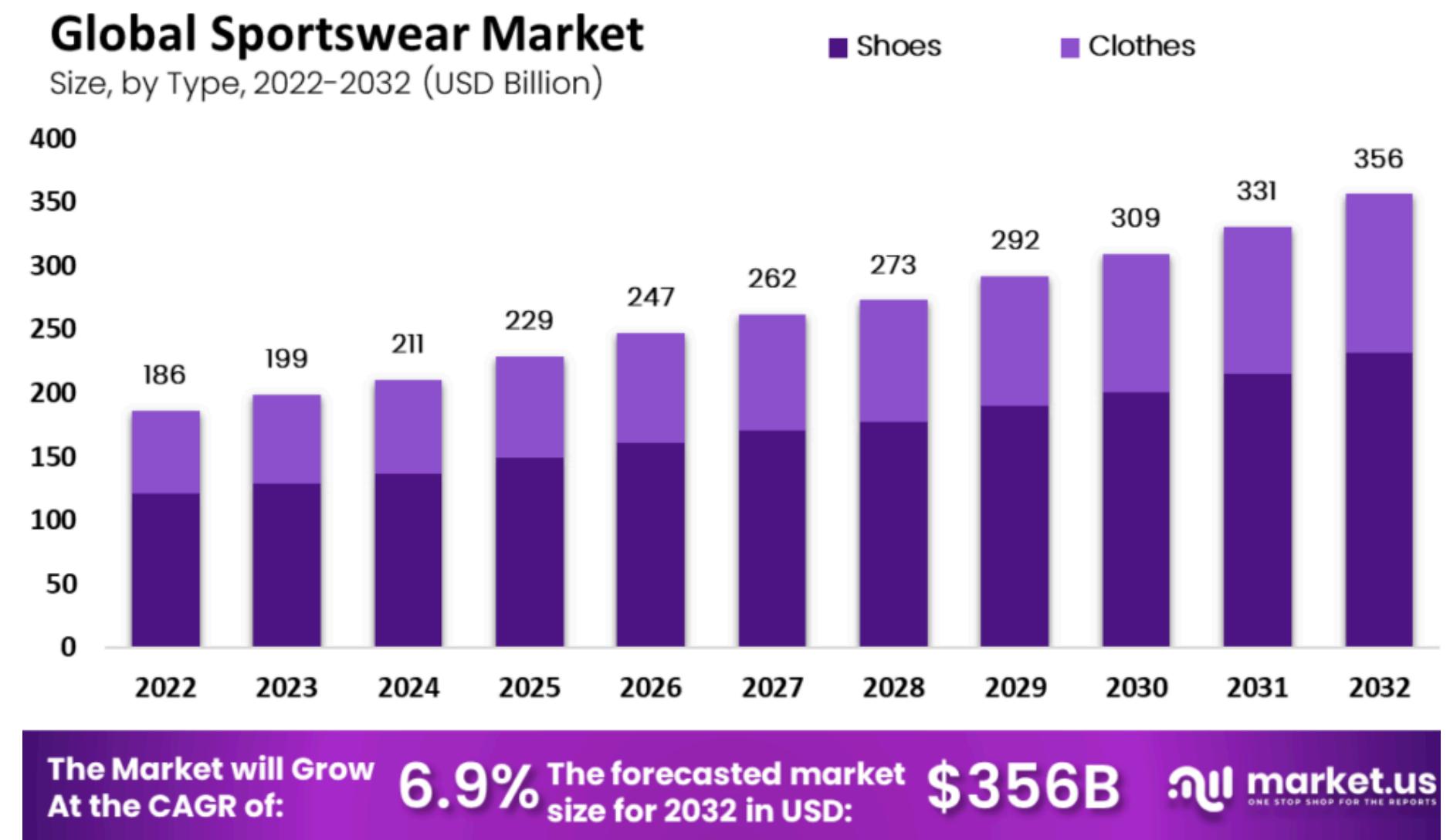
Méthodologie utilisée :

- Analyse de marché
- Offres et demandes
- Concurrents
- Environnement
- Analyse des données

DÉFINITION DU MARCHÉ

ANALYSE DE LA DEMANDE

ÉVOLUTION GLOBALE



**199 Milliard de \$ en
2023**

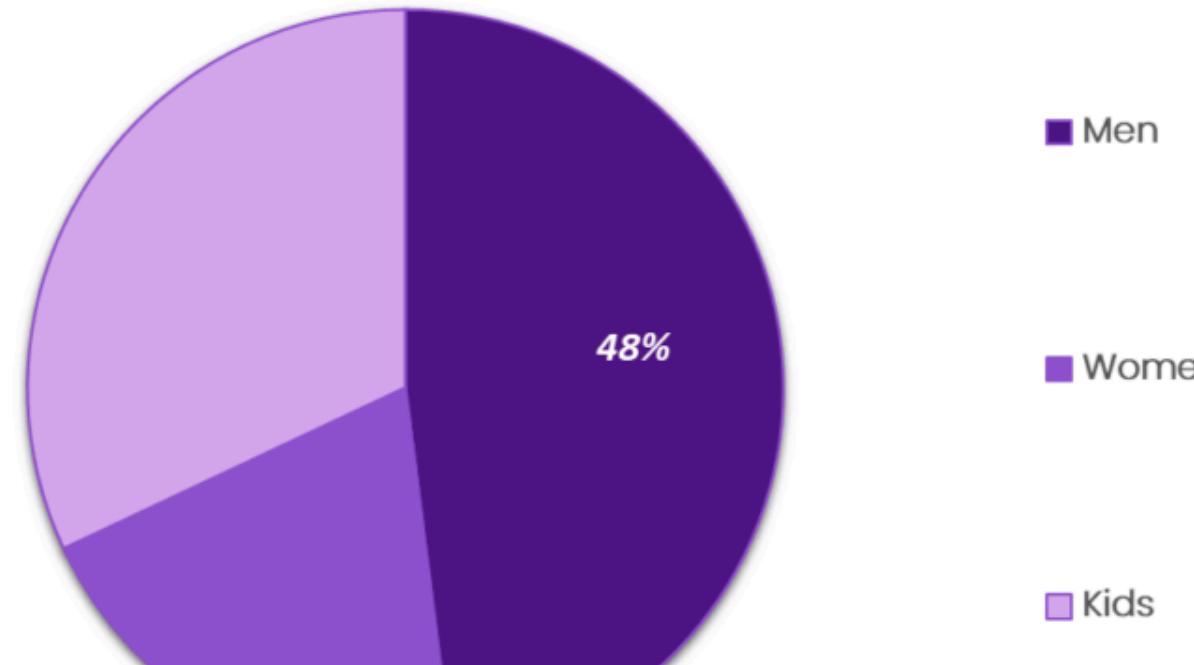
évolution positif

70% Shoes

30 % Clothes

Global Sportswear Market

Share, by resolution, 2022 (%)



market.us
ONE STOP SHOP FOR THE REPORTS

185.9

Total Market Size
(USD Billion), 2022

6.9%

CAGR
2022-2032

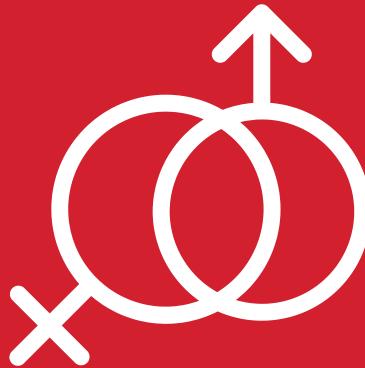
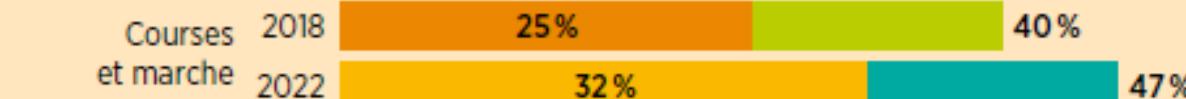
CATEGORIES DE PRODUITS : TAILLE DU MARCHÉ (2018, MDS\$)
ET TAUX DE CROISSANCE 2017-18



graphique 1

Proportion de pratiquants sportifs

Selon les univers de pratique sportive - sept premiers univers



48% Hommes

32% Femmes

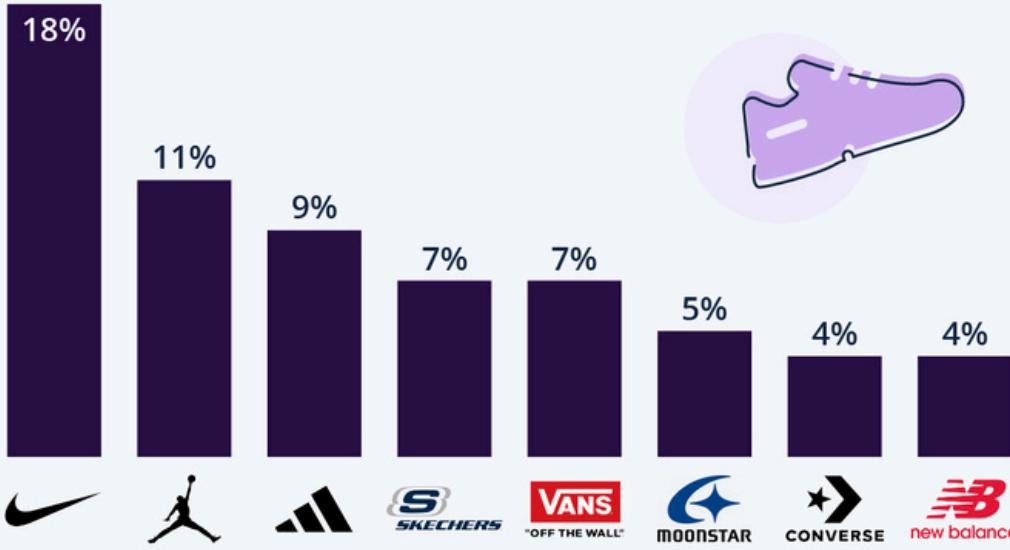
20% Enfants

Running :

- 4 ème marché en France
- pratique de sport n°1 dans le monde

The World's Most Popular Sneaker Brands

Estimated global market share of the world's most popular sneaker brands in 2022*



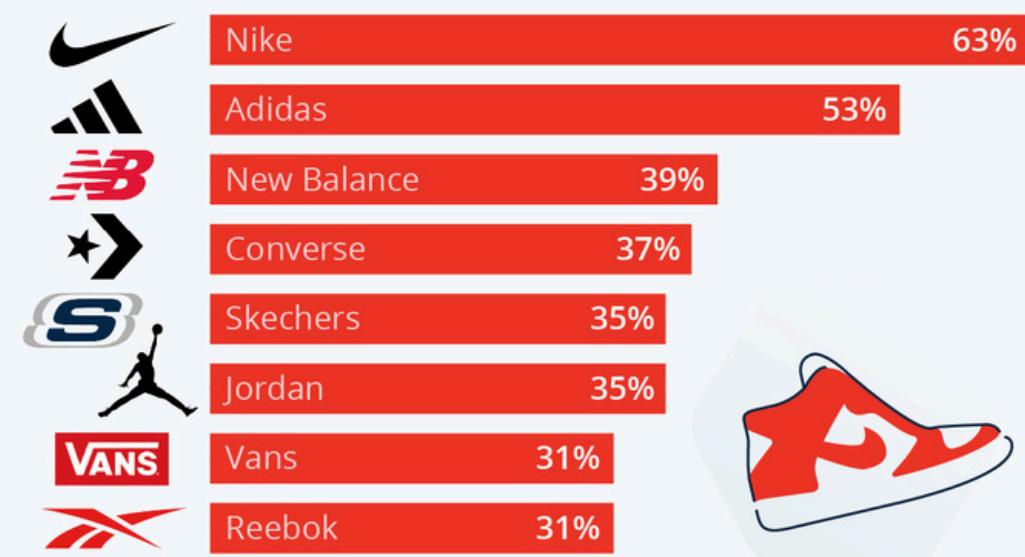
* excl. functional athletic footwear, e.g. dedicated running, football or tennis shoes
Source: Statista Market Insights



statista

America's Favorite Sneaker Brands

Share of U.S. sneaker owners who like the following sneaker brands



1,164 U.S. respondents (18-64 y/o) who own sneakers surveyed in Nov. 2023
Source: Statista Consumer Insights



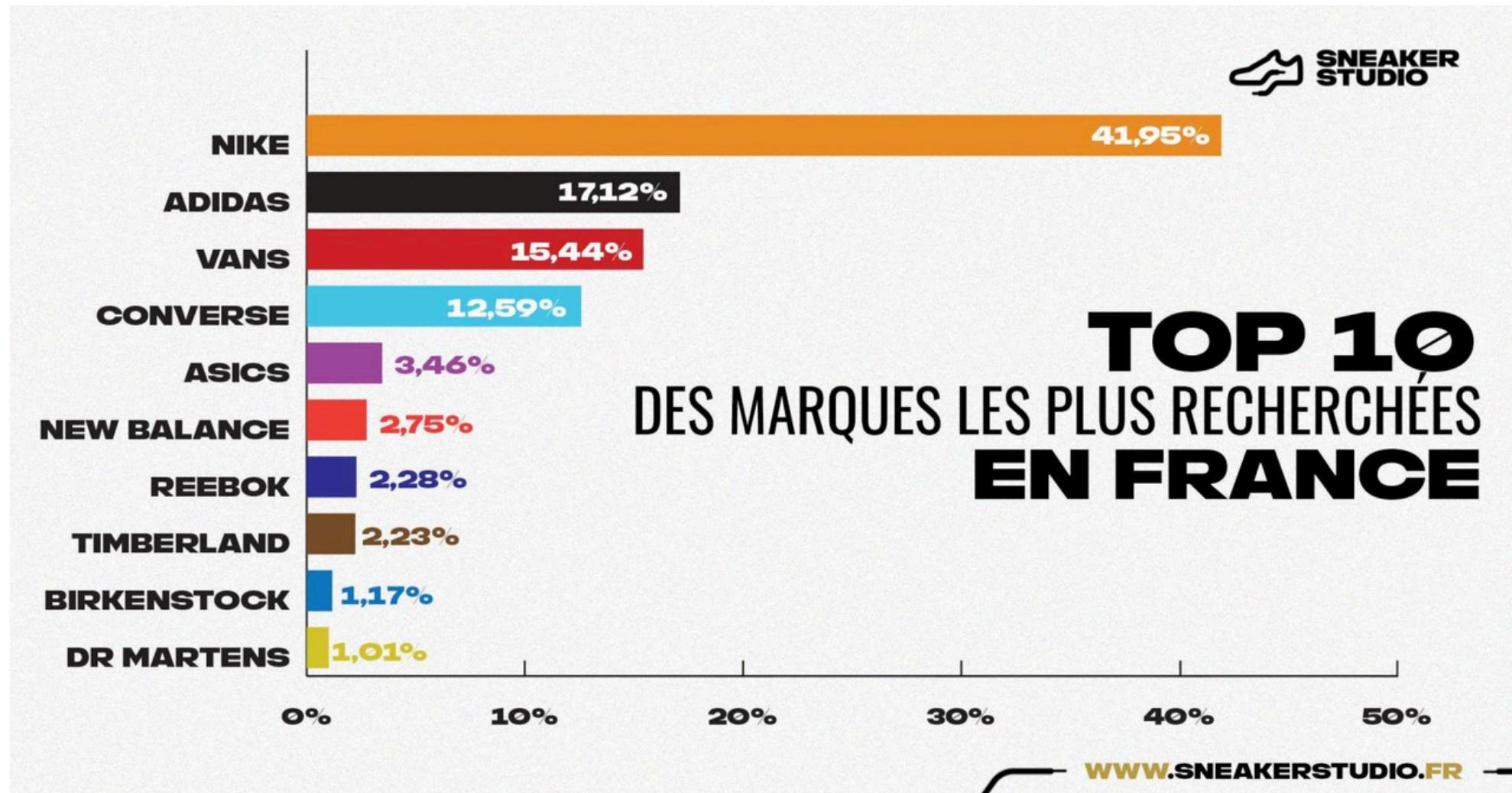
statista



DANS LE MONDE...

8-me marque **la plus populaire du monde**

3-me marque **préféré des américains**



EN FRANCE

6-me marque la plus populaire en France

Sur le marché de la revente :

La revente de sneakers : un juteux business

Montant total des ventes et marques de baskets / sneakers les plus vendues sur la plateforme de revente StockX^{*}



Meilleures ventes **
Écart moyen du prix de revente (vs. prix d'origine)



* StockX est un acteur international du marché secondaire des sneakers disponible dans plus de 100 pays et territoires.

** basées sur les volumes vendus en 2020.

Source : StockX

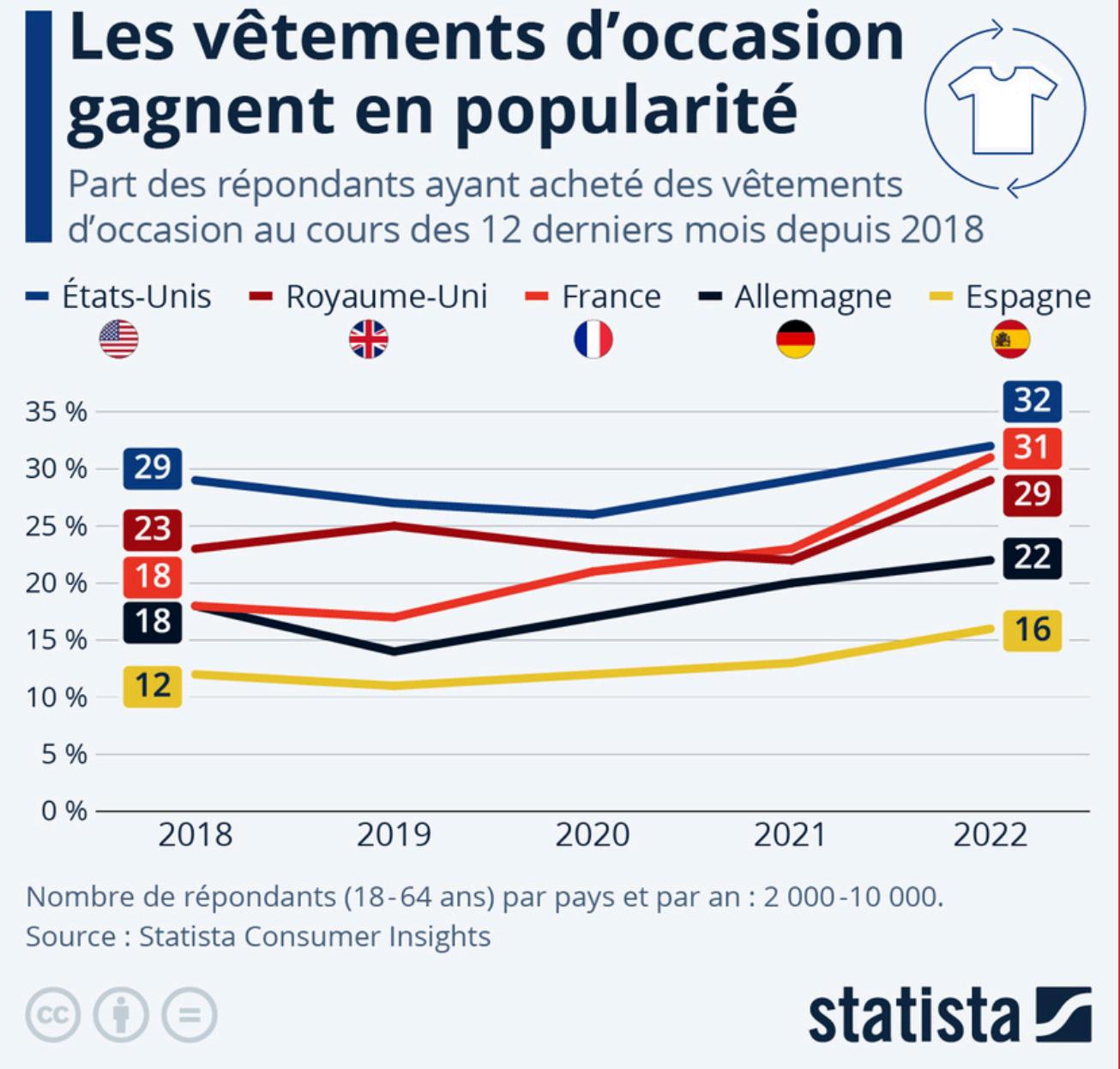


statista

- Marché qui représente : **1.8 Milliard d'€**
- **5-me marque la plus vendue**



Marché en croissance :



- 2-me marché mondiale (31%)



SEGMENTATION

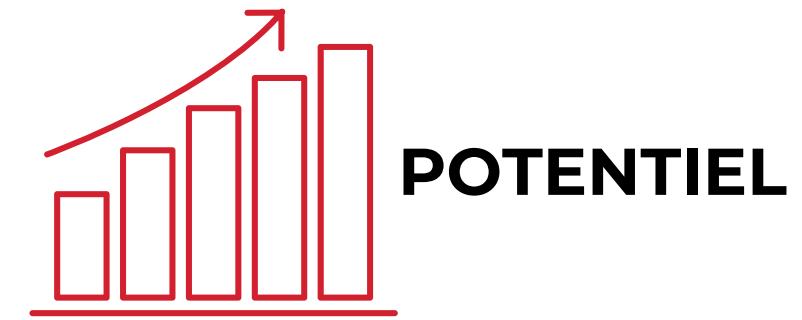
CLIENTS

03



ACTUELS

Pratiquant(e) de **sport** de tous niveau **amateur** à **professionnel** et passionné de mode



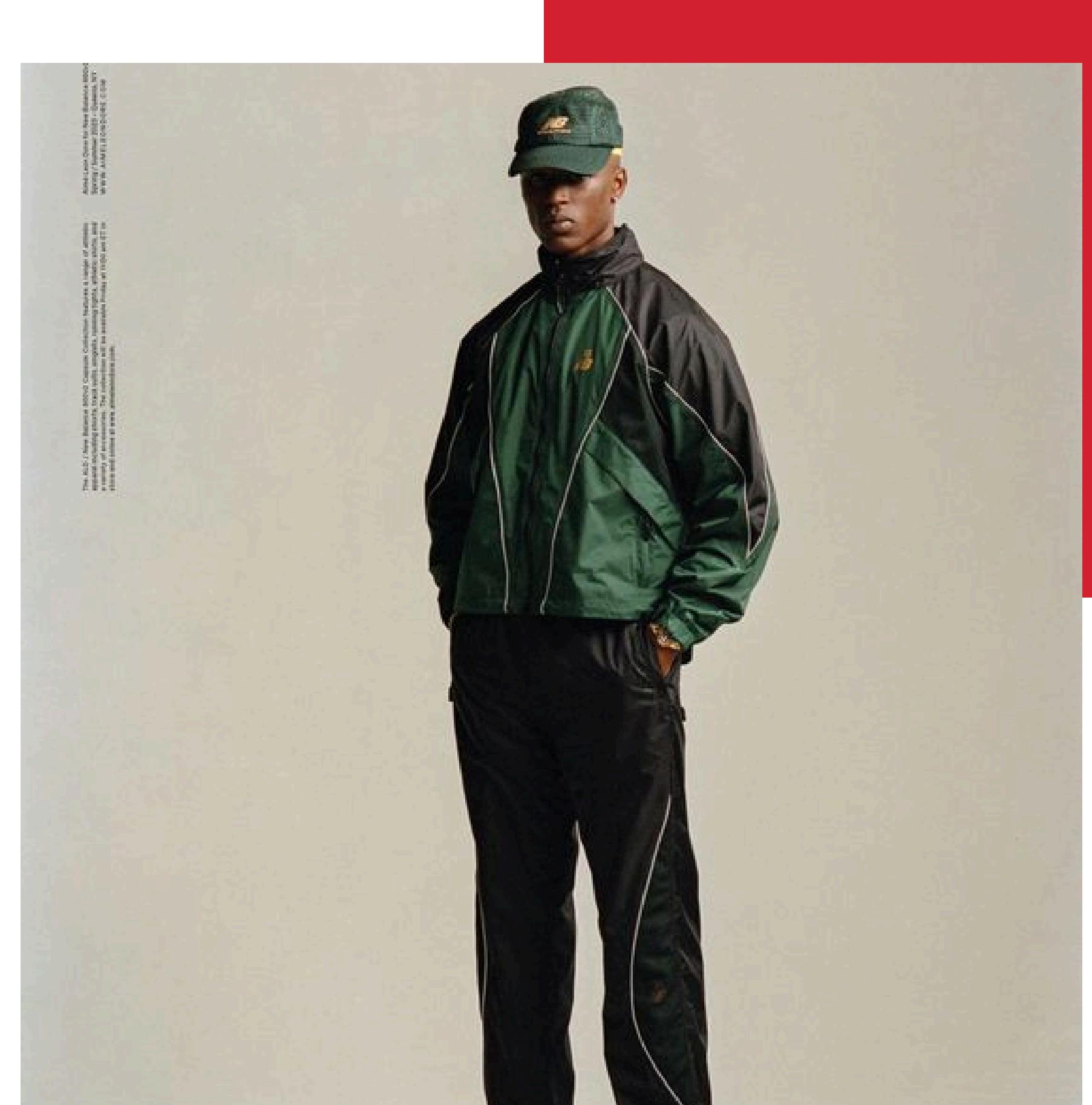
POTENTIEL

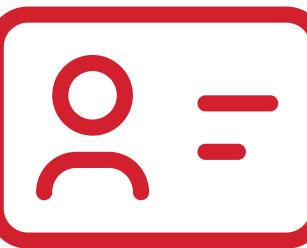
les personne aimant le **confort** et le **style**



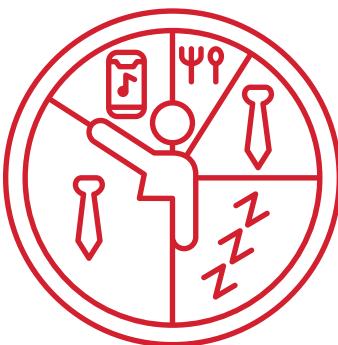
PRESCRIPTEUR

Pratiquant de sport **utilisant** les articles New Balance , **Influenceurs** , **sportifs** de haut niveau , **célébrité/égérie**



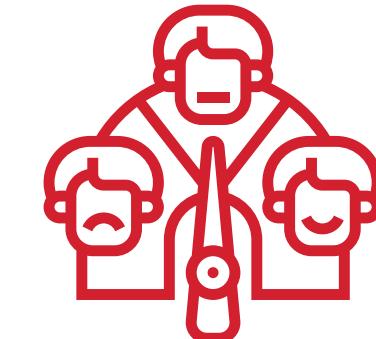


- **15-45 ans**
- **Hommes , Femmes , Enfants**
- **Passionné de sports**
- **CSP moyen à CSP+**



- **Fréquence d'achat régulier**
- **Consommateurs fidèles**
- **Panier moyen : 76 dollars**

CRITÈRES



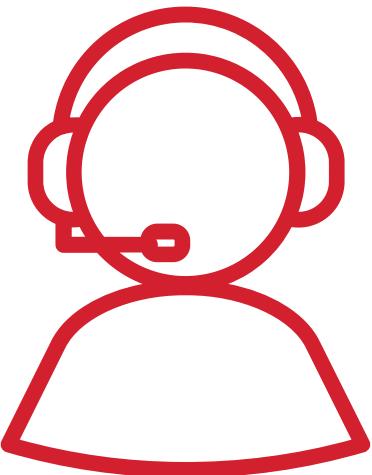
- **style de vie :** pratique du sport ou aime porter des vêtements confortable
- **personnalité :** personne active
- **valeurs :** aime le bien être
- **Intérêts :** sport , activité physique , lifestyle



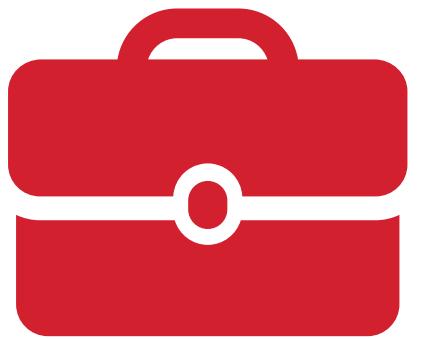
- **International**
- **Zone urbaine**
- **Zone rurale (trail)**

ATTENTES

- Produits de **haute qualité**
- Produits **confortable**
- Produits **tendance**
- bon **service clients**



BESOINS





Sécurité

Orgueil

Nouveau

Confort

Argent

Sympathie

SONCAS

SATISFACTION



5/5 sur 467 votes



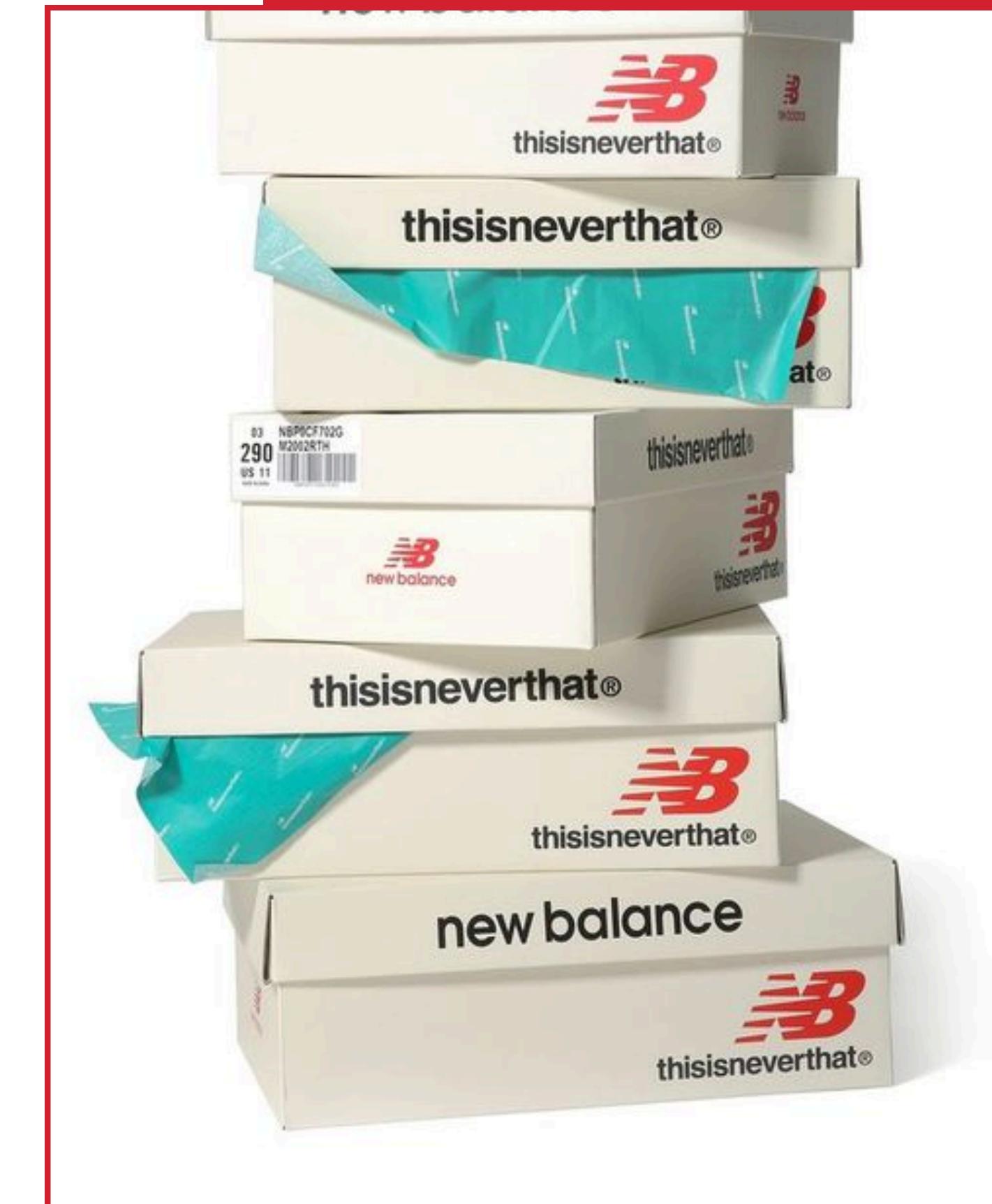
4.4/5 sur 25 900 votes



4.1/5 sur 3408 votes

THE
VILLAGE
LE FRENCH OUTLET

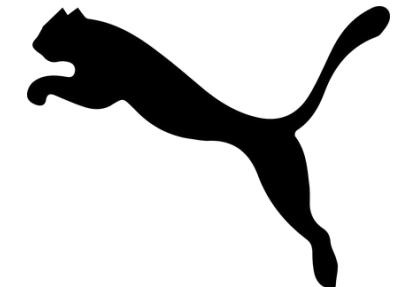
4.3/5 sur 270 votes



ANALYSE CONCURRENTIELLE

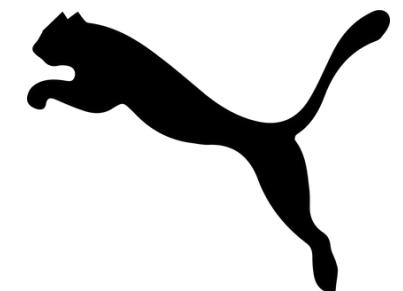
OFFRES 04

RUNNING

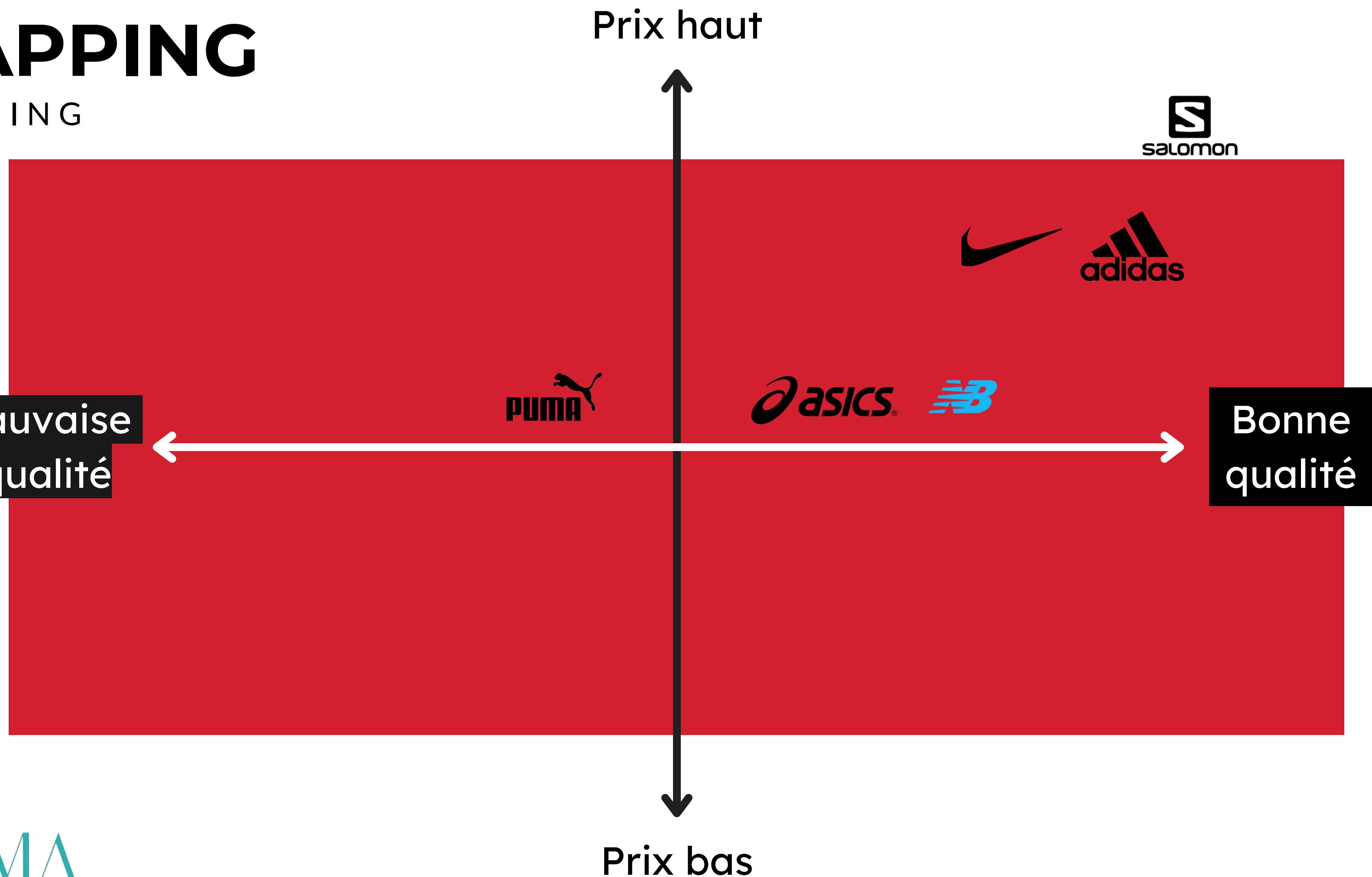


OFFRES

LIFESTYLE

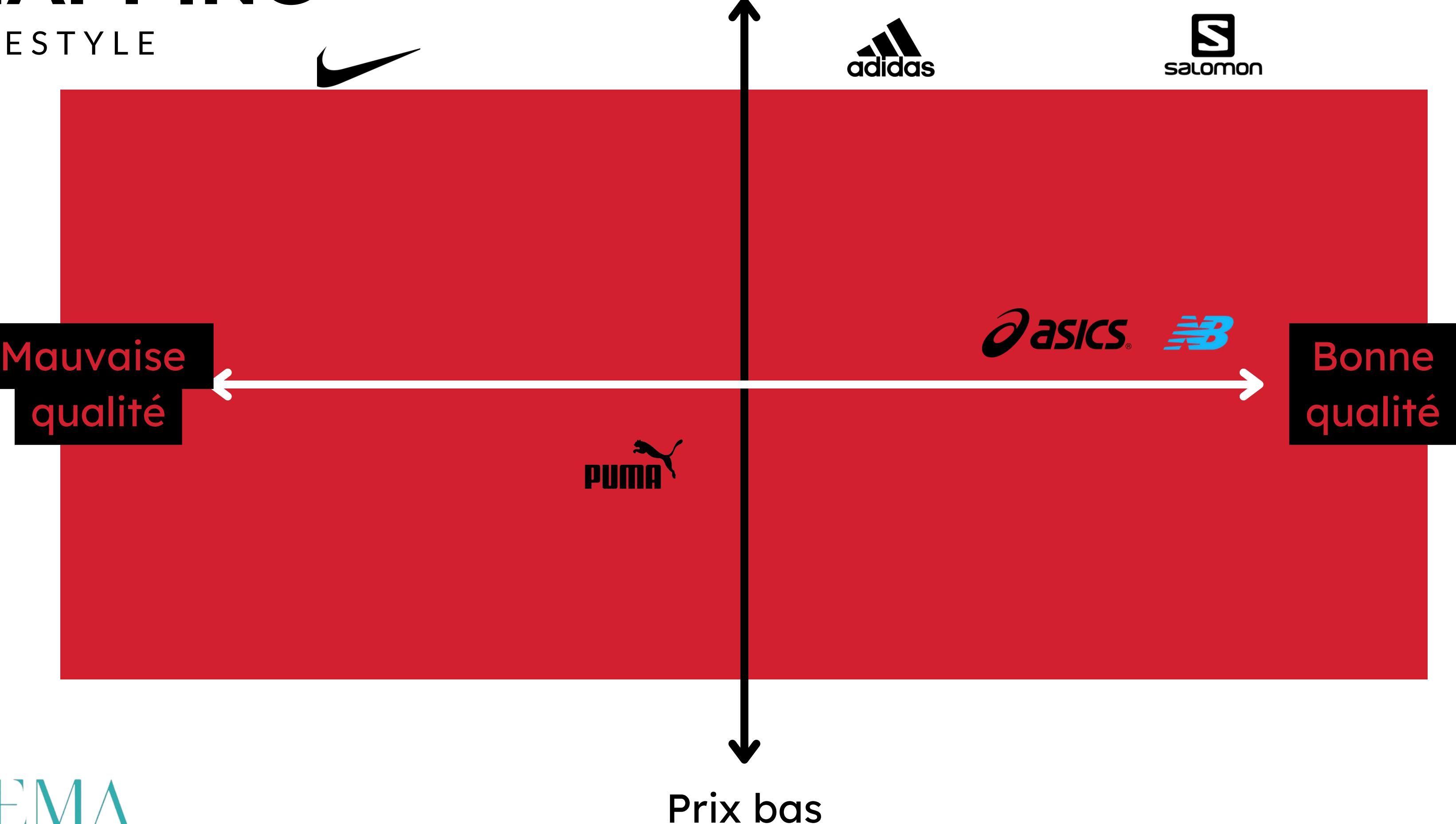


MAPPING RUNNING



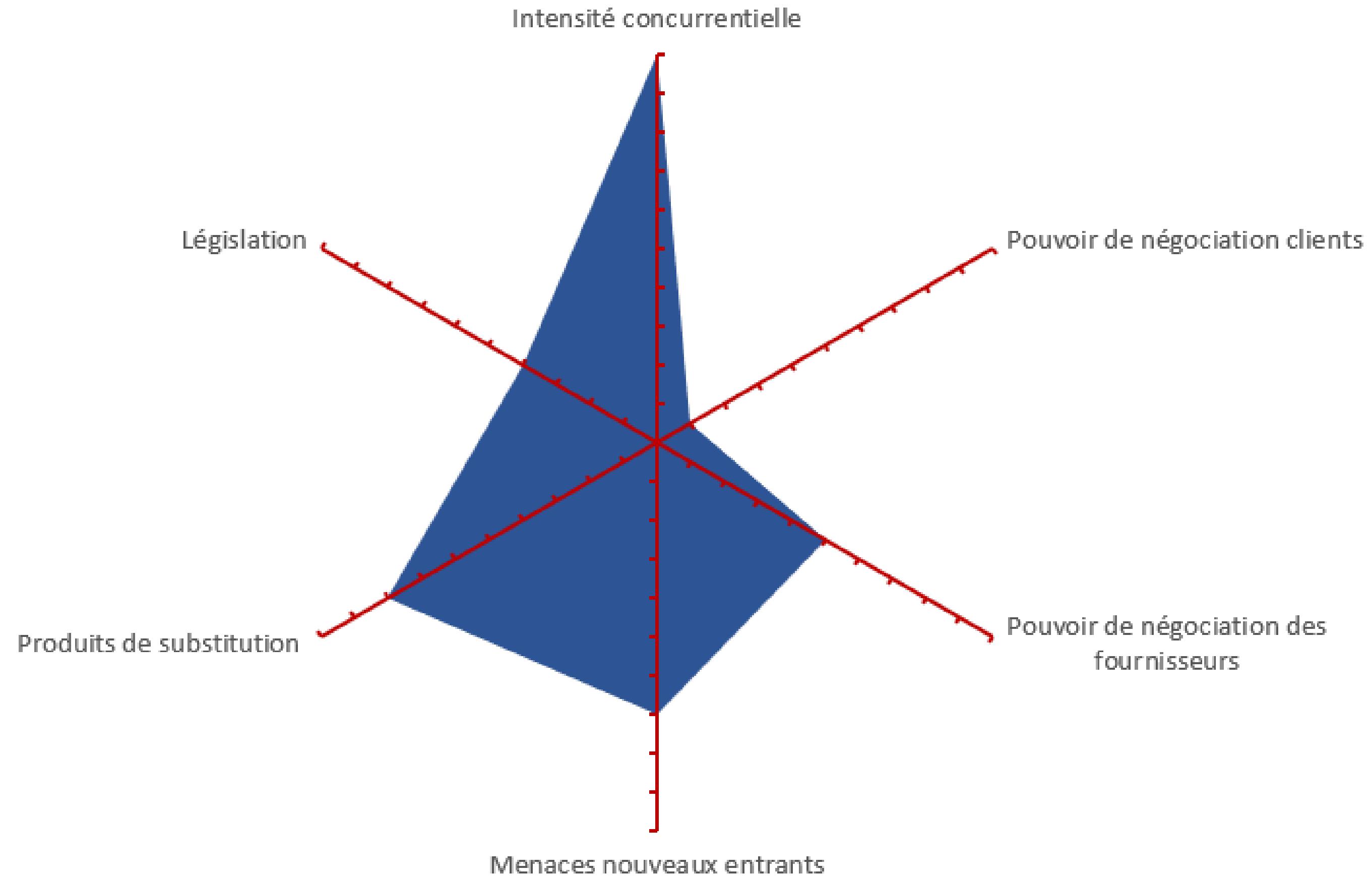
MAPPING

LIFESTYLE



PORTE

PORTE



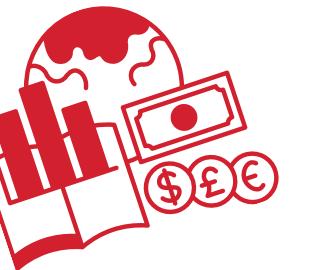
P

- Réglementation commerciale
- Normes de sécurité



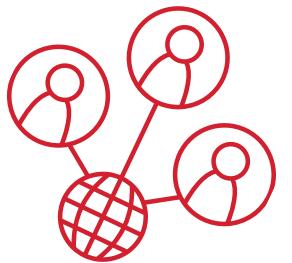
E

- Croissance économique
- Taux de change

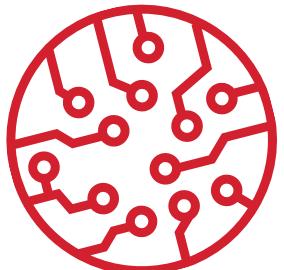


S

- Tendance de mode
- Sensibilité aux questions sociales



- Innovation technologique
- E-commerce



T

- Responsabilité environnemental



E

- Propriété intellectuelle
- RGPD



L

S

FORCES

- Marque historique
- Présence internationale
- Savoir faire
- Notoriété
- e-reputation

W

FAIBLESSES

- Impacte International
- Image de marque
- Imposé sportivement en Europe

O

OPPORTUNITÉES

- Tendance
- Réseaux Sociaux :
- l'avènement du sport :
- Digitalisation du sport :

T

MENACES

- Achats de seconde main
- Concurrents :
- Environnement et politique
- Contrefaçon

PROBLÉMATIQUE



Comment New Balance peut gagner des parts de marché et conquérir une nouvelle cible , étant donné qu'elle évolue dans un environnement concurrentiel ?

CONTEXTE

Le marché de la seconde main

Articles ▾

new balance

1699,00 €
1784,65 € incl. VAT

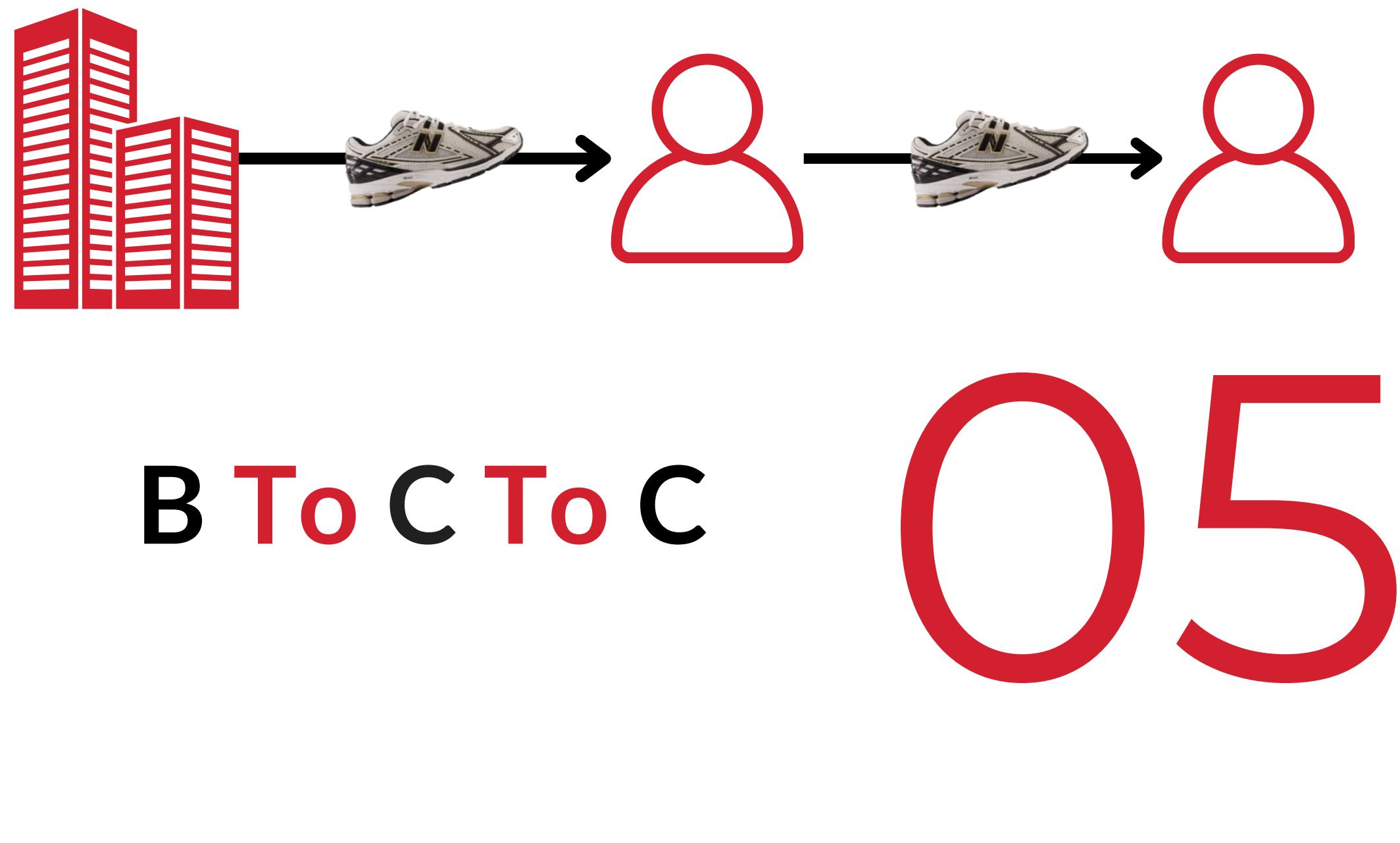
1513,00 €
1589,35 € incl. VAT

sixxthenew Pro
★★★★★ 2124

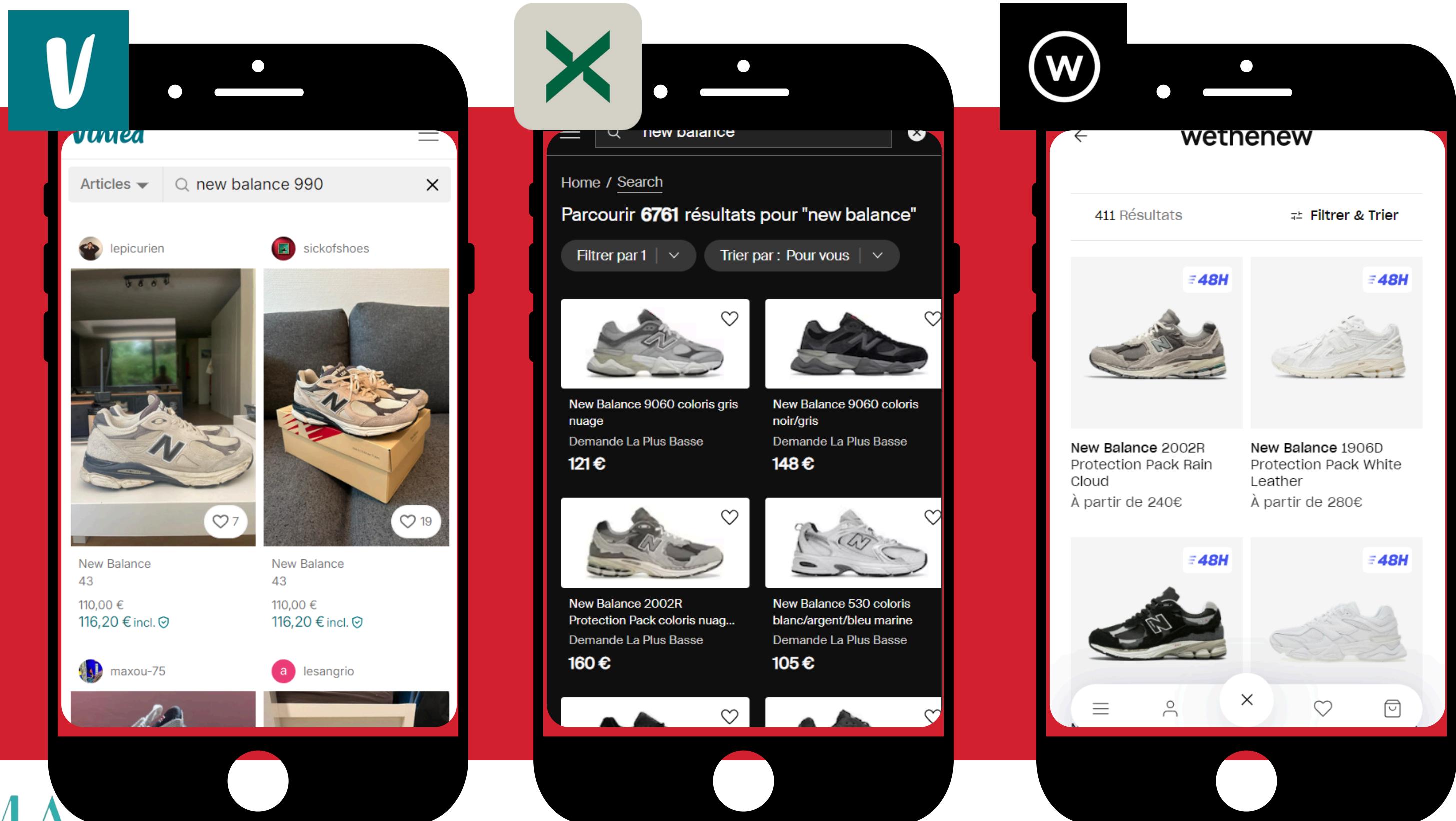
Explorer le Dressing

New Balance 44,5 100,00 €

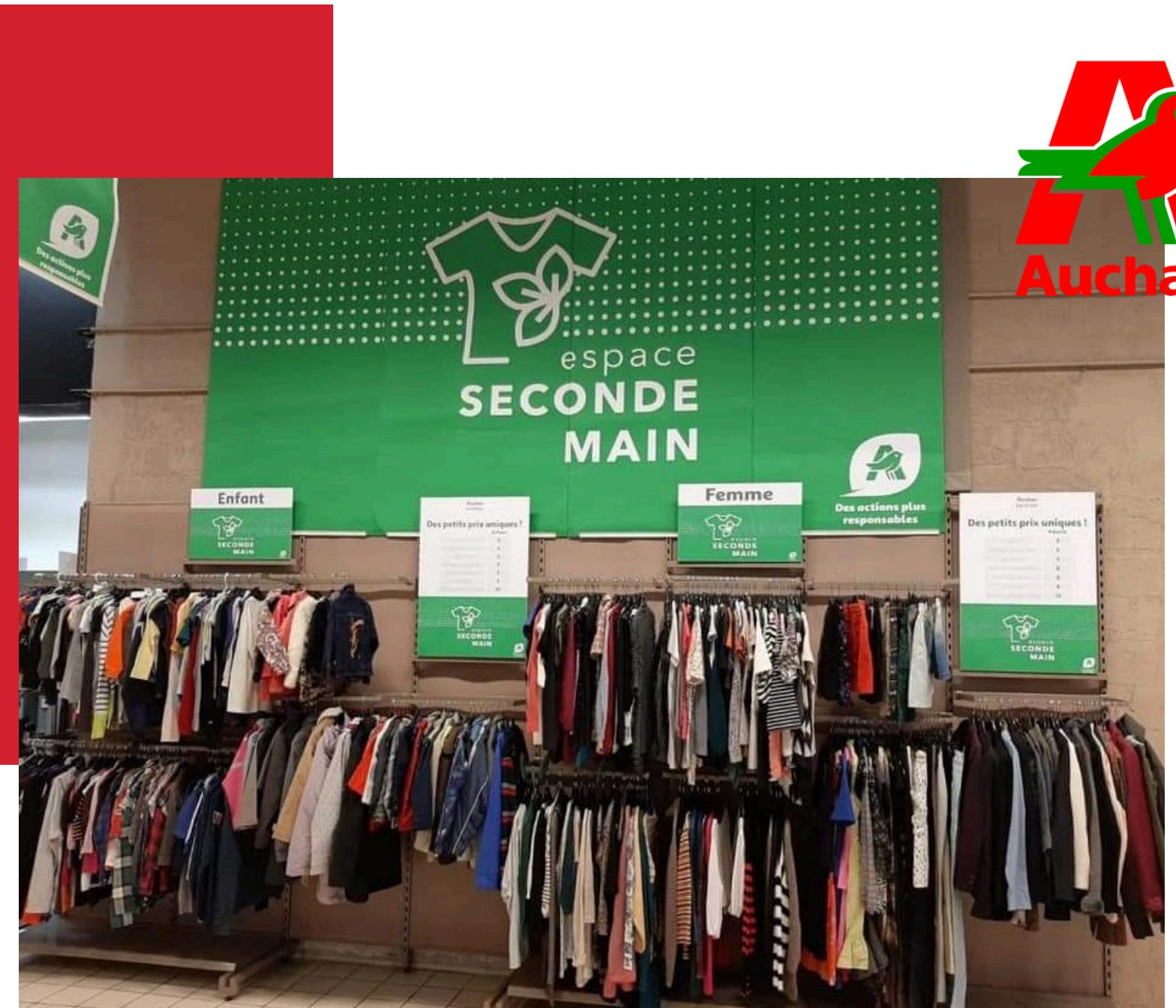
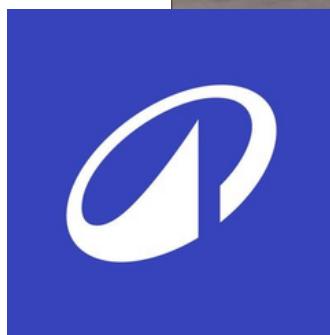
New Ba 44 65,00 €



LES PLATEFORMS



EXEMPLE



RECOMMANDATIONS

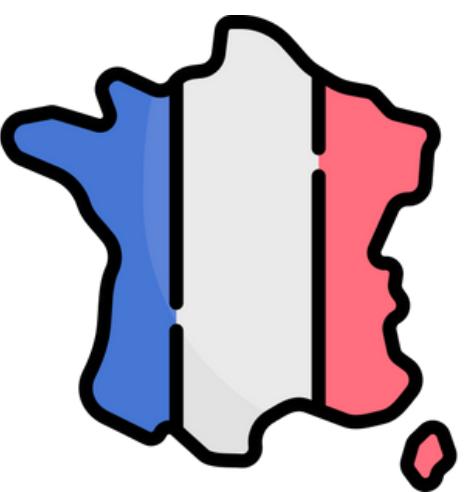
ACTIONS OPÉRATIONEL



Bacs de récupération

30 magasins

France et Angleterre



06

ACTIONS MARKETING



Vinceeh 



338 k



131 k



70.2 k

Kick Game 



988 k



541 k



270 k

OBJECTIFS



Commerciaux

- Augmenter le CA
- Augmenter le **nombres de clients**
- Élargir **la clientèle** de NB
- Optimiser **la distribution** de produits NB
- Se **démarquer** des concurrents

Communication

- **Faire connaître** le nouveaux services au consommateurs
- **Faire connaître** les valeurs de NB notamment en terme de responsabilité environnementale
- **Donner envie** au consommateurs de vendre et racheter des produits NB
- **Augmenter la notoriété** de New Balance dans le monde



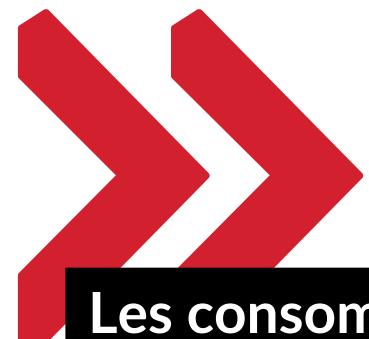
CIBLES



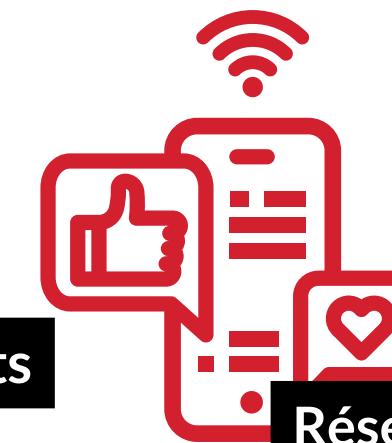
Les clients fidèles



les sportifs et amateurs de chaussure
de qualité à moindre coût

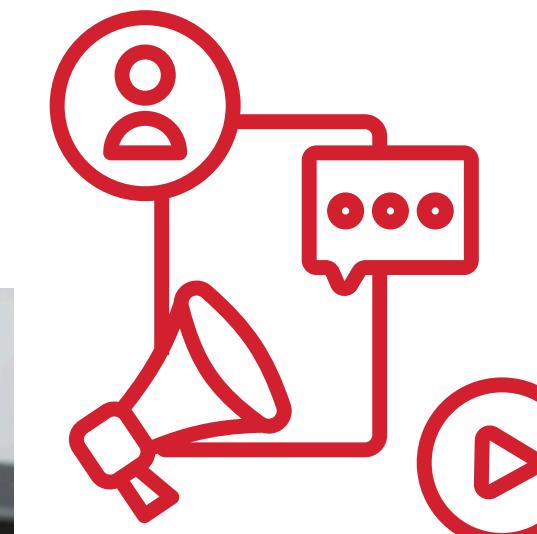


Les consommateurs ayant peu de produits
NB usé voulant s'en séparer en échange
de bon de commande



Réseaux Sociaux , site web ,
Newsletter ,Influenceurs,boutique
NB

RESSOURCES



MARKETING PRODUITS

- Directeur marketing
- Expert SEO
- Content manager
- Campaign manager
- Concepteur visuel
- Expert -technique/développeur web
- Analyste de données



PILOTAGE

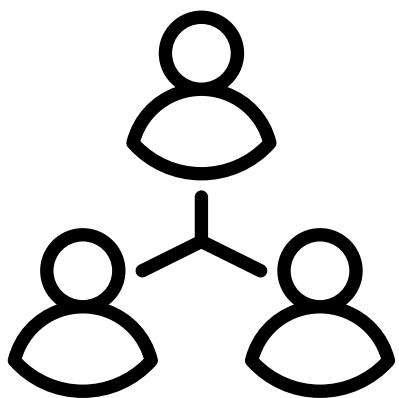
- le sponsor
- le directeur de projet
- le chef de projet
- le directeur stratégique



MARKETING OPERATIONNEL

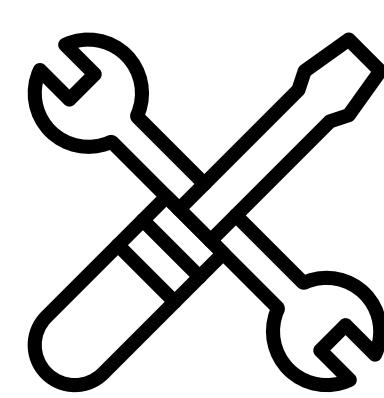
- Responsable des opérations marketing
- Spécialistes du marketing opérationnel
- Analyste marketing opérationnel

BUDGET PRÉVISIONNEL



Frais de personnel

- Équipe de pilotage
- Équipe de marketing produit
- Équipe de marketing opérationnel



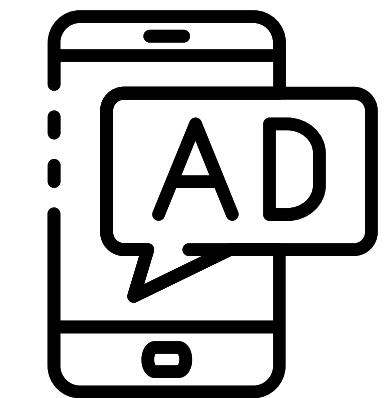
création d'outils

- Logistiques
- bacs de récupération
- mise en place



événement

- Collaboration avec les influenceurs



publicité

- Campagne de communication RS



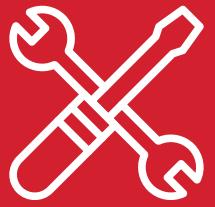
support de communication

- Vidéo promotionnelle
- Post et Story RS

TOTAL



601 992 €



300€



18 346 €



50 000 €



15 000 €

685 638 €

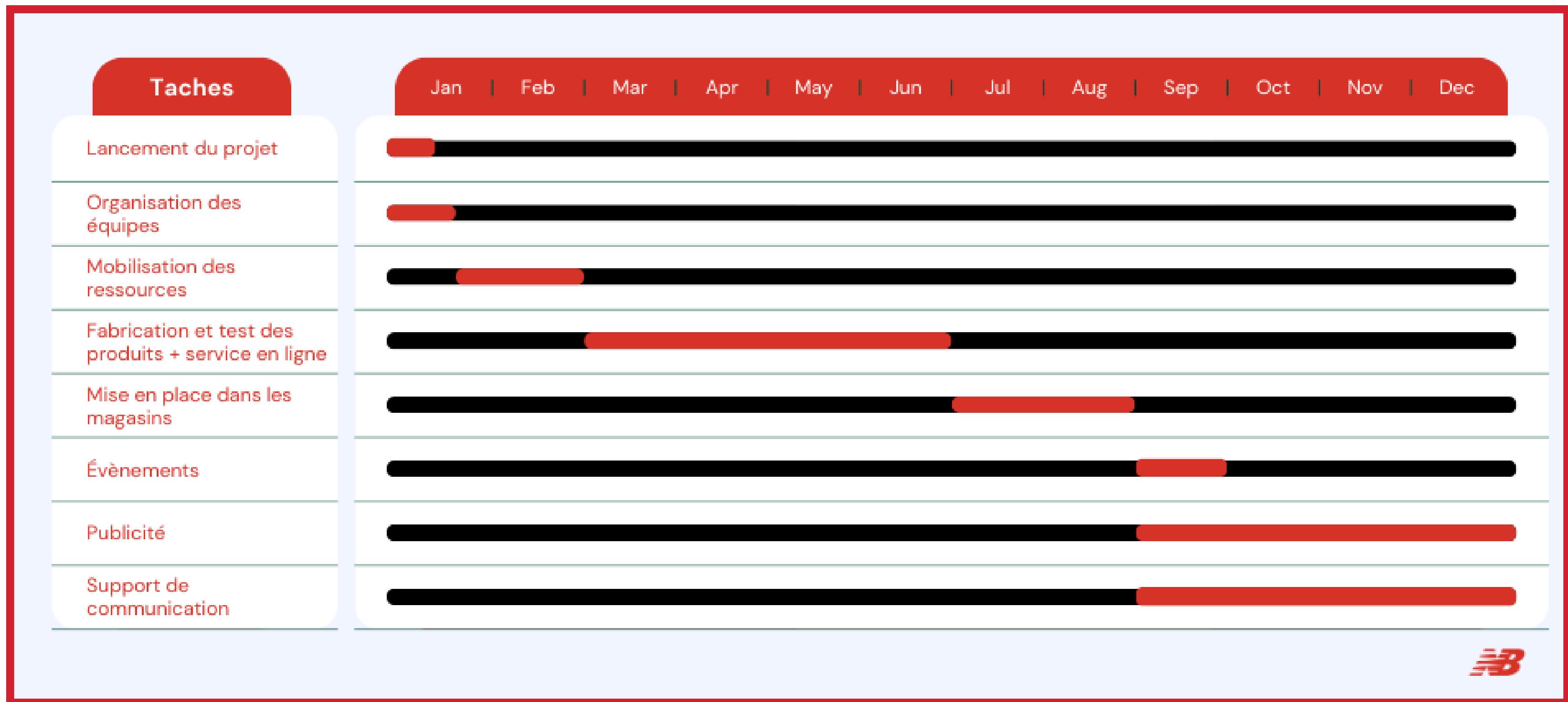


KPI

- Chiffre d'affaire
- ROI
- Budget/Dépense pour le projet
- Avis des clients sur Internet
- Nombre d'abonnées sur les RS
- Engagements sur les post et vidéo
- Nouveau Client
- Nombre de vêtement et chaussures récoltés



GANTT



CONCLUSION



MERCI DE VOTRE
ÉCOUTE

