



Chapitre 2 - COMMENT GÉRER VOTRE ENTREPRISE

2.3 MARKETING

Marketing

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication reflète les points de vue seulement de l'auteur et la Commission ne peut être tenue pour responsable de toute utilisation qui pourrait être faite de l'information qui y est contenue.

Le marketing est l'ensemble d'activités que votre entreprise réalise dans le but de répondre aux besoins des consommateurs en échange d'un avantage (normalement économique). Afin de développer une stratégie de marketing réussie, il faut tenir compte de certaines considérations. Dans le cas où vous avez rempli le Business Model Canvas, vous avez déjà répondu à certaines des questions ou il vous sera plus facile de répondre maintenant en fonction de votre Business Model Canvas.

1. Qu'est-ce que je suis?

Il est très important que vous définissiez votre entreprise de manière claire et concise, en précisant son secteur, son segment ou son industrie.

2. Qu'est-ce que je propose? Que vends-je?

Vous devez définir très clairement le produit ou le service que vous vendez, en précisant la catégorie et le niveau de prix de vos produits et en soulignant leurs avantages concurrentiels.

3. Pourquoi est-ce que je vends ça? Comment l'idée commerciale est-elle originaire?

Les fondements qui définissent votre point de départ et sur lesquels vous créez l'opportunité d'affaires sur le marché.

4. Quelles sont les valeurs de mon entreprise? Comment veux-tu que mes clients me perçoivent?

L'un des fondements du marketing améliore les valeurs de vos produits, les exprime et veille à ce qu'ils se rapportent à ce que veulent vos clients.

Marketing



Définir votre objectif - ce que vous voulez construire et votre vision pour l'avenir - vous aidera à faire en sorte que tout ce que vous faites (et, bien entendu, votre marketing) se centre autour de lui:

A) client

1. Établissement d'un profil de client - En tant que cadre d'entreprise, vous devez établir le profil de votre client. En d'autres termes, vous devez identifier les clients les plus appropriés pour acheter vos produits.
2. Qui sont vos clients? Décrivez-les en détail
3. Définissez d'autres clients possibles. Diviser les clients en groupes (les segmenter). - Une fois que le profil principal a été défini, vous devriez être aidé à définir d'autres profils possibles, afin que vous sachiez comment agir avec chacun d'eux, quels produits les proposer, etc.

B) Concurrents

Les concurrents vous fournissent des informations utiles sur le secteur de votre entreprise. Vous pouvez apprendre d'eux et découvrir ce qu'ils font mieux que vous, ce qu'ils font mal et ce qu'ils ne font pas. Cela vous donnera des idées sur ce que vous pouvez faire vous-même. Les concurrents sont votre principale source d'apprentissage. Vous devez tout savoir sur eux et leur accorder une attention constante.

C) Contexte

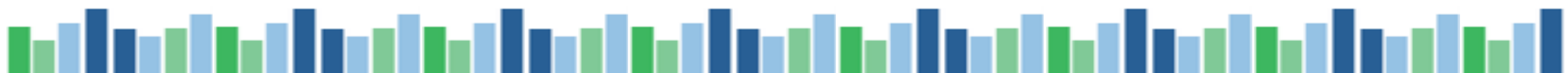
Vous devriez vous poser cette question: dans quel contexte j'utilise? Vous devez comprendre, au moins dans un sens général, le contexte socio-économique dans lequel vous utilisez, en d'autres termes, comment les choses fonctionnent autour de vous.

D) Entreprise

Comment puis-je créer ma société? Que puis-je faire pour atteindre cet objectif? Généralement, c'est une partie très importante du plan d'affaires que vous mettraz en œuvre. Pour cette raison, lors de la formulation d'un plan de marketing, vous devez définir clairement le rôle que votre entreprise jouera dans l'environnement dans lequel elle fonctionnera.

E) Collaborateurs

Vous devriez également vous demander: Quels sont mes collaborateurs? Les entreprises ne sont pas construites isolément. Vous devez donc maintenir et établir des relations avec tous ceux qui peuvent influencer positivement votre entreprise. Marketing is the set of activities that your company carries out with the objective of meeting consumer needs in exchange for a benefit (normally economic). In order to develop a successful marketing strategy there are some considerations you need to take into account. In case you filled in the Business Model Canvas you already might have answered some of the questions or it will be easier for you to answer them now on the basis of your Business Model Canvas.



The four P's of Marketing

Après avoir répondu aux questions, vous pouvez commencer à planifier votre stratégie de marketing. Par conséquent, vous devez considérer les 4 P: produit, prix, promotion et lieu.

PRODUCT

'Product' refers to a good or service being offered by a company. Ideally, a product should meet a certain consumer demand, or it should be so compelling that consumers believe they need it. If we have carried out good analysis, we will now have a clearer idea of what products to choose for our business: those which best meet our customers' needs.

Tout d'abord, vous devez avoir une bonne compréhension du (s) produit (s) ou service (s) que vous offrez.

Deuxièmement, vous devez prendre des décisions de prix pour vos produits ou services.

Troisièmement, vous devez décider de la promotion de vos produits ou services.

Quatrièmement, vous devez trouver le bon endroit pour la promotion de vos produits ou service (s)

PRICE

Once a concrete understanding of the product offering is established, we can start making some pricing decisions. Price determinations will impact profit margins, supply, demand and marketing strategy. Many business executives launch themselves onto the market without having carried out good price analysis of their products or services. Yet analysing purchase and sale price is essential in order to be competitive.

PROMOTION

Promotion includes elements like: advertising, public relations, social media marketing, email marketing, search engine marketing, video marketing and more.

PLACE

Place decisions outline where the product is sold and how it is delivered to the market. The goal of business executives is to get their products in front of the consumers who are most likely to buy them.

