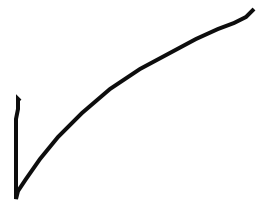
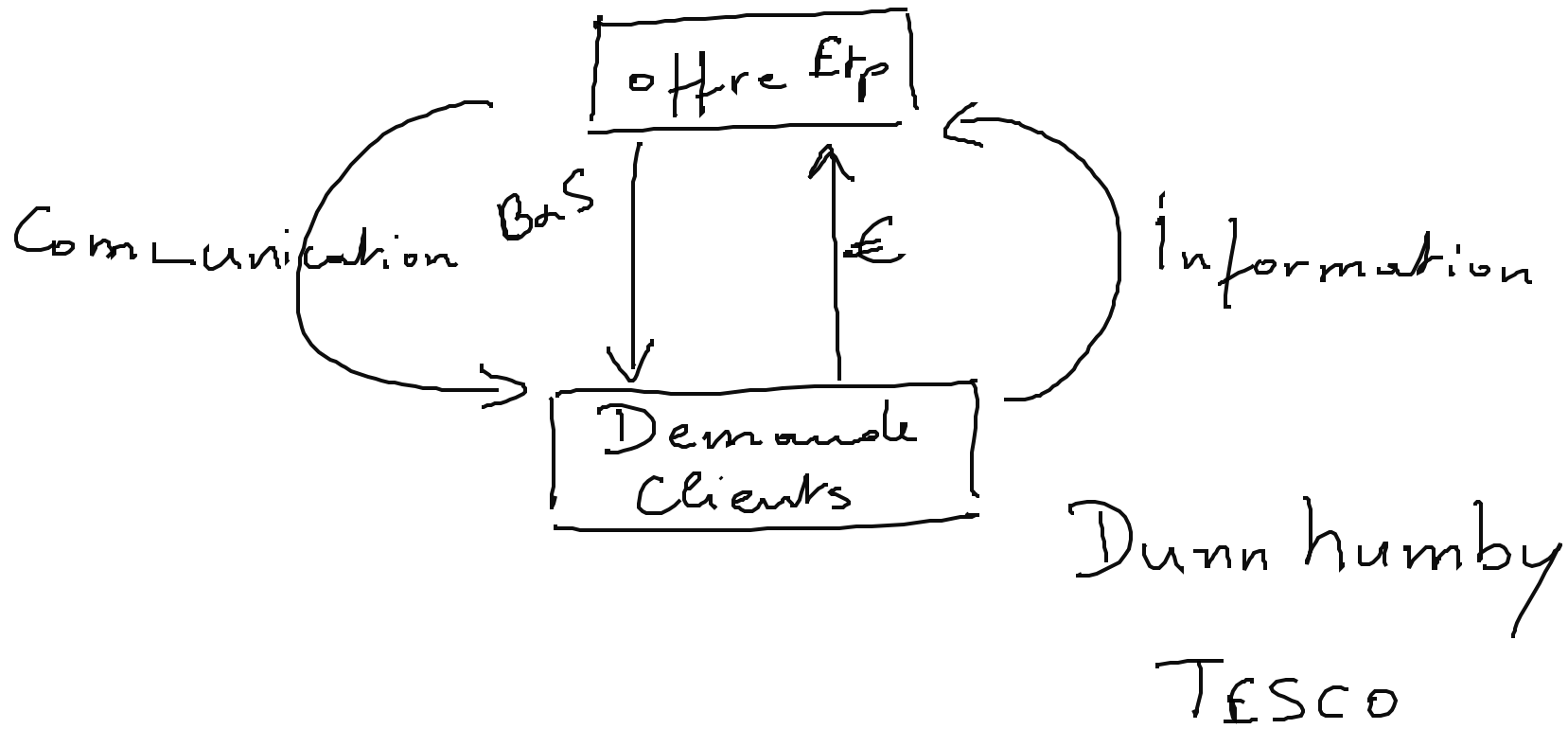




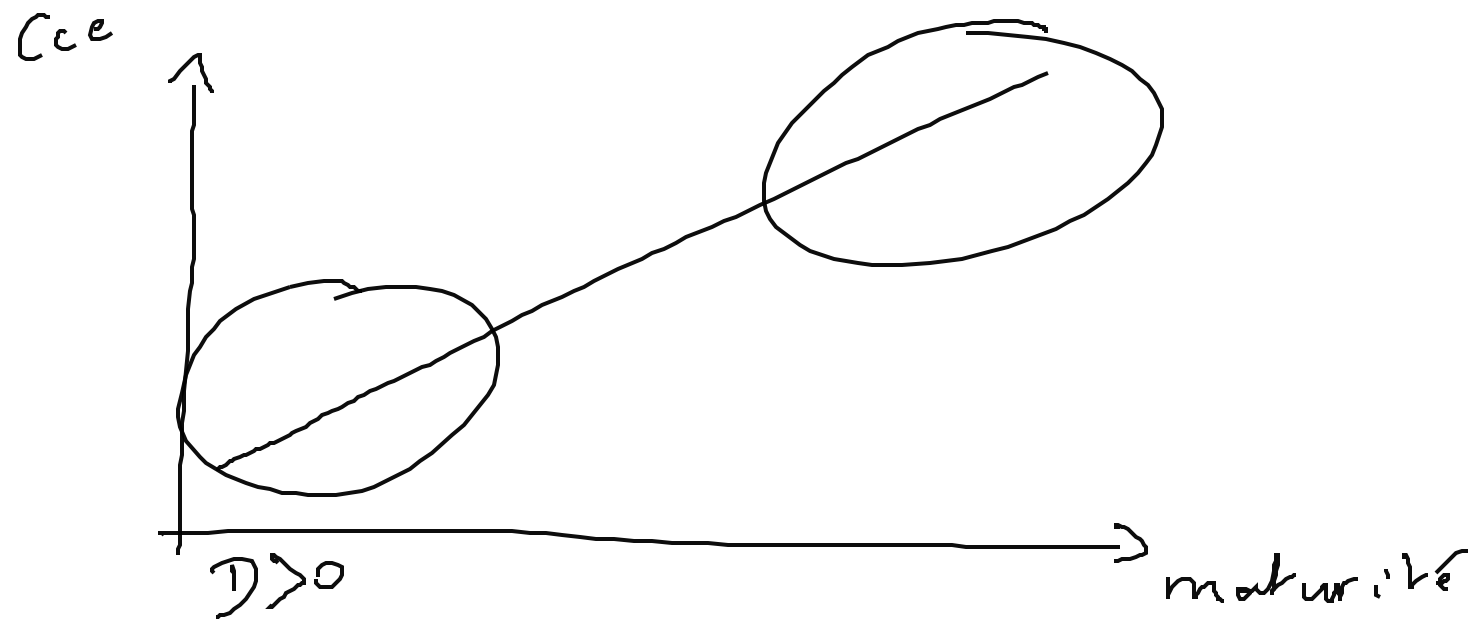
# 1 - Economic ≠ Marketing



## 2 Marketing est-il nécessaire

Offre > Demande

1930's → Crise 29



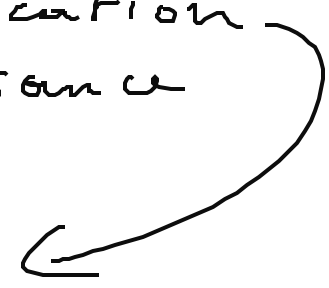
3 Le Mktg crée-t-il des Besoins? NON

Besoin → Sentiment de manque Général

↳ Désir spécifique pr (1) Marque

Tel mobile

↳ besoin → Communication  
→ Reconnaissance

Tambour  
↳ Télégramme ++  
iPhone +++  


Wilkinson  
↳ femmes

# 4. MS / MO

## Stratégique

1 - Connaître et  
Comprendre le  
Consommateur

2 - Segmentation  
Choisir

## Opérationnel

4P (Kotler)

Product

Price

Place (Distribution)

Promotion

(Communication)

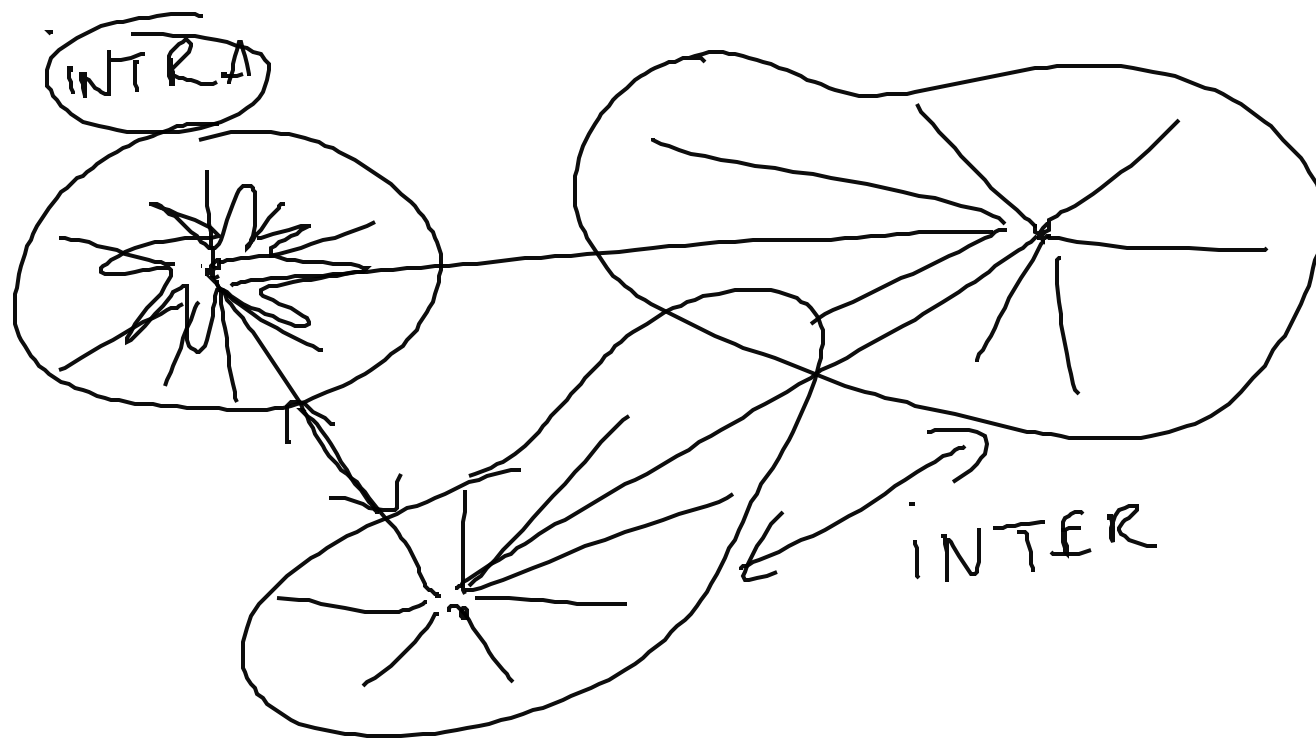
MS

MO

MS

→ 1 pdt peut-il plaire à tout  
le monde ? NON

→ Segmentation



# Critères de Segmentation

→ Age, Sexe, Lieu

25-35  
H  
Cadre A  
Paris

38  
H  
Cadre A  
Paris

40+  
H/f  
Empl.  
Province

S1

→ Avantages Recherchés S2

Montres

instrument de mode Lotus  
mesure Festina  
bijou à transmettre Rolex  
Blom & pain  
Bréguet

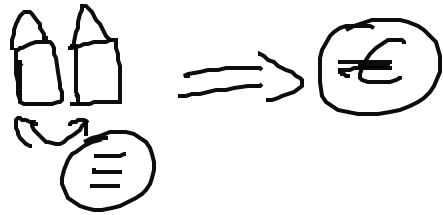
→ Tribus / styles de vie

Apple fans  
Bobos  
iCoffin

Harley Davidson  
↳ Perfection  
↳ Samhays  
↳ Ray Ban



# Géographique



## ↗ Géolocalisation

- ↳ Smartphones
- ↳ Adressage  $\left\{ \begin{array}{l} \text{habitat (carte postale)} \\ \text{IP (e-commerce)} \end{array} \right.$

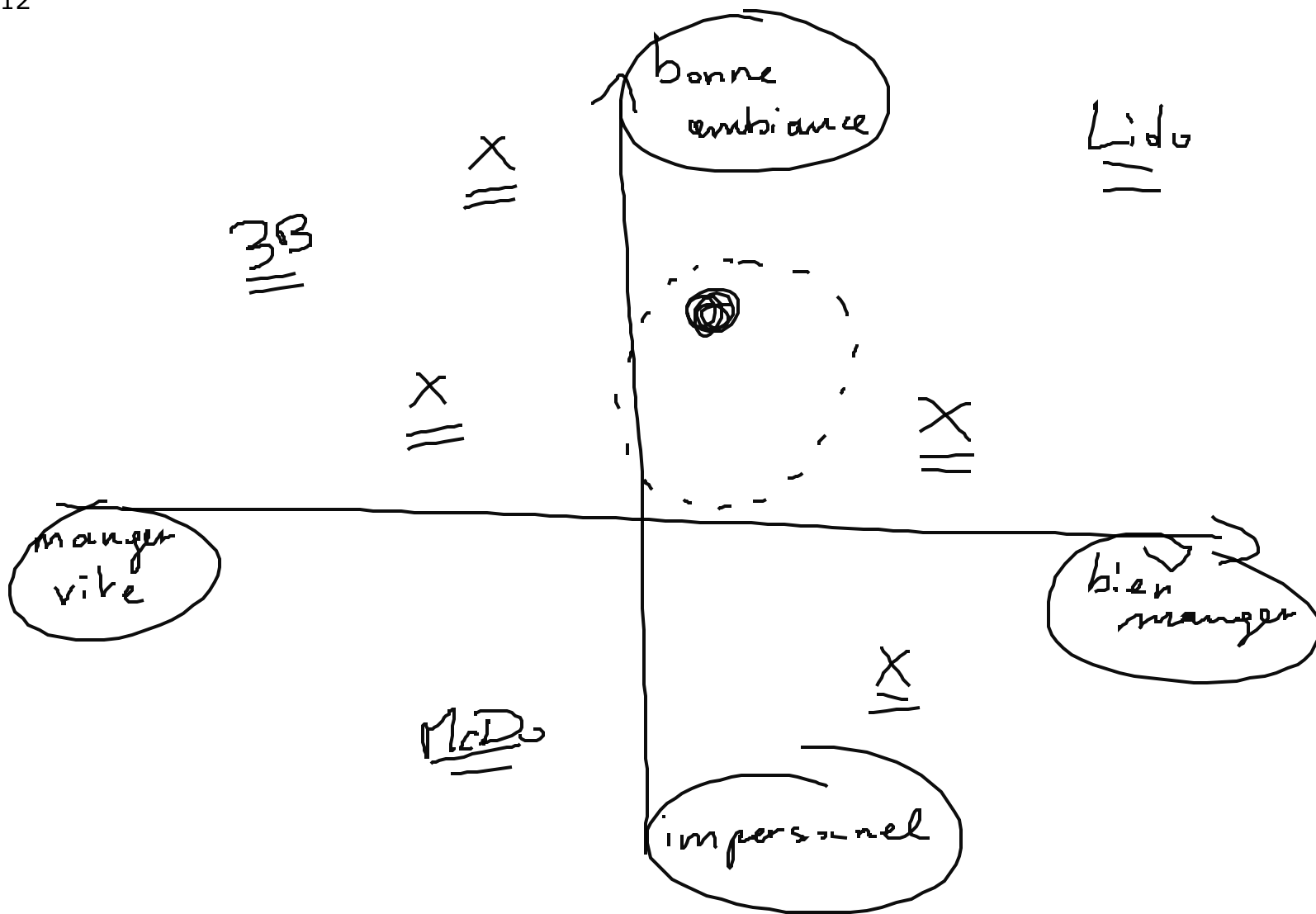
—————  
↓  
médias Régionaux



# POSITIONNEMENT

Positionner la marque sur le/les segments  
choisis → attentes des Ce\_m du segment  
→ Concurrents

- Qu'est-ce qui ~~se~~ oriente le choix des Ce\_m  
(prix ? qualité ? variété ?)
- Comment les concurrents sont perçus
- Quelle est la meilleure position à adopter  
pour notre marque ?



SEG° → CIBLAGE → POSITO°

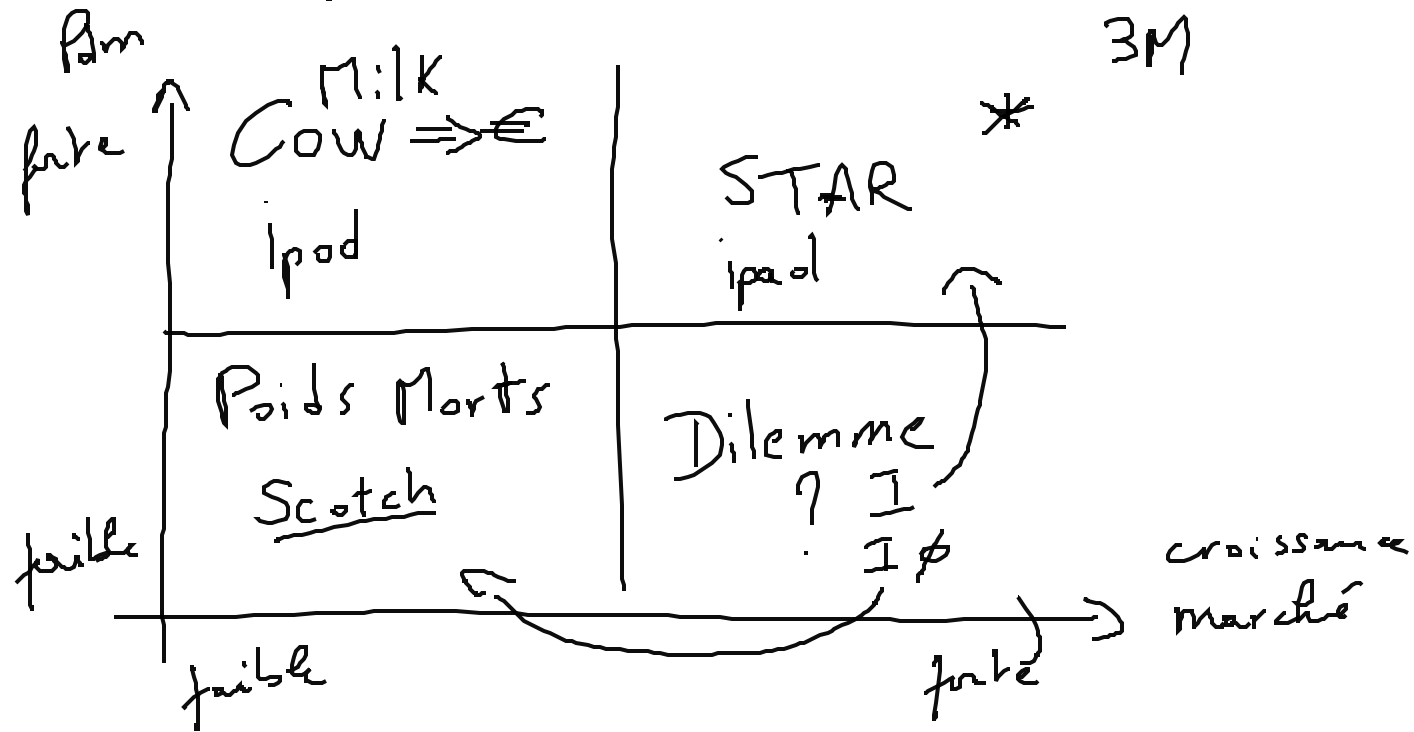
# Analyse stratégique

SWOT

	BON	Mauvais
INTERNE	<u>STRENGTH</u>	<u>Weakness</u>
EXTERNE (marchés concurrents)	<u>Opportunity</u>	<u>Threat</u>

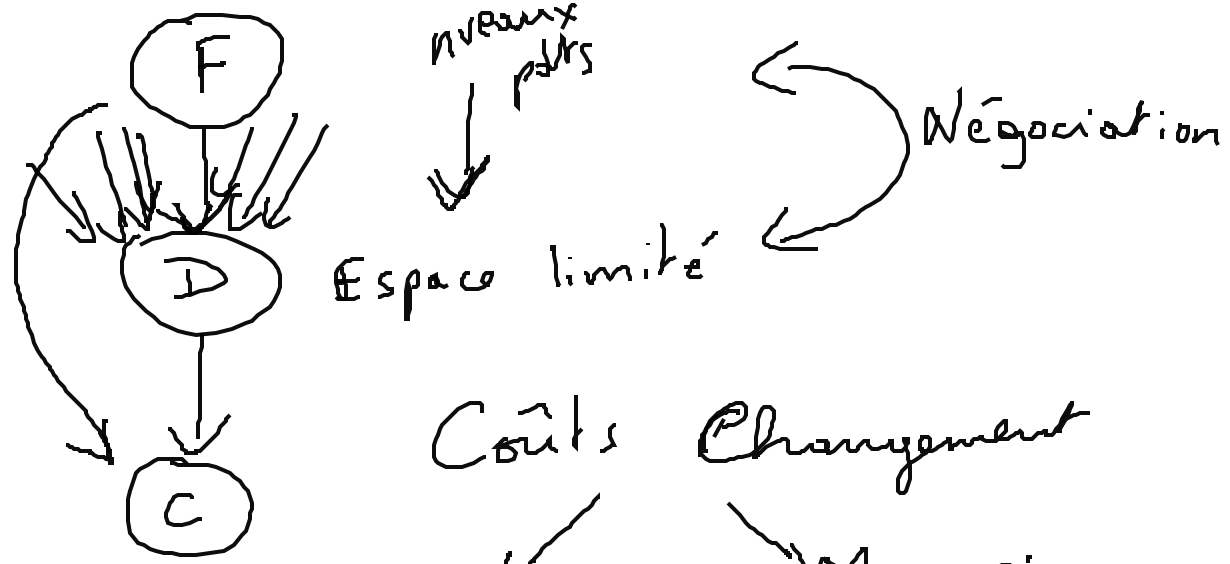
# Boston Consulting Group

Erp PLUSIFURS pdrs  
Apple



MO

- Product
- Distrib<sup>n</sup>

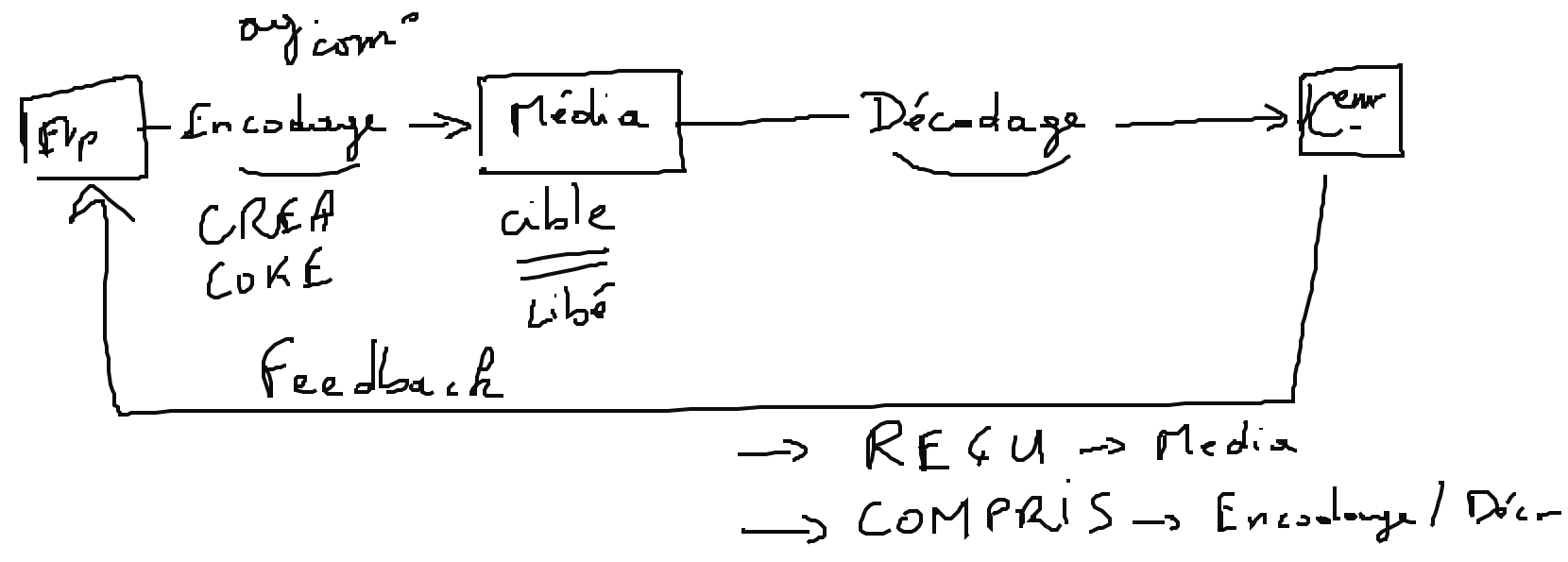


Coûts  
Changement  
Magasin  
→ temps  
Marque  
? → nouvelle marque  
risque  
ELEVÉ

Force **MARQUES**  
↳ Puiss. NEGOCIATION

# Communication

## Message



Sylvain.willart  
@univ-lille1.fr