

GUIDE DE LA STRATÉGIE MARKETING

LE POINT SUR L'ENVIRONNEMENT

- Quels sont les avantages de votre concurrence ? →
- Quels sont vos avantages ? →
- Quelle est votre rentabilité par produit et par client ? →
 - Qui sont vos cibles ? →
- Quel est le positionnement de votre entreprise et de vos produits ? →
- Quel est le positionnement de vos concurrents ? →

ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE

*Définir les 3 axes
fondamentaux*

- Quels sont les produits ou services que vous voulez vendre à la rentrée ? →
 - Quelles clientèle ciblez-vous ? →
- Quels sont les facteurs-clés de succès et vos avantages concurrentiels ? →

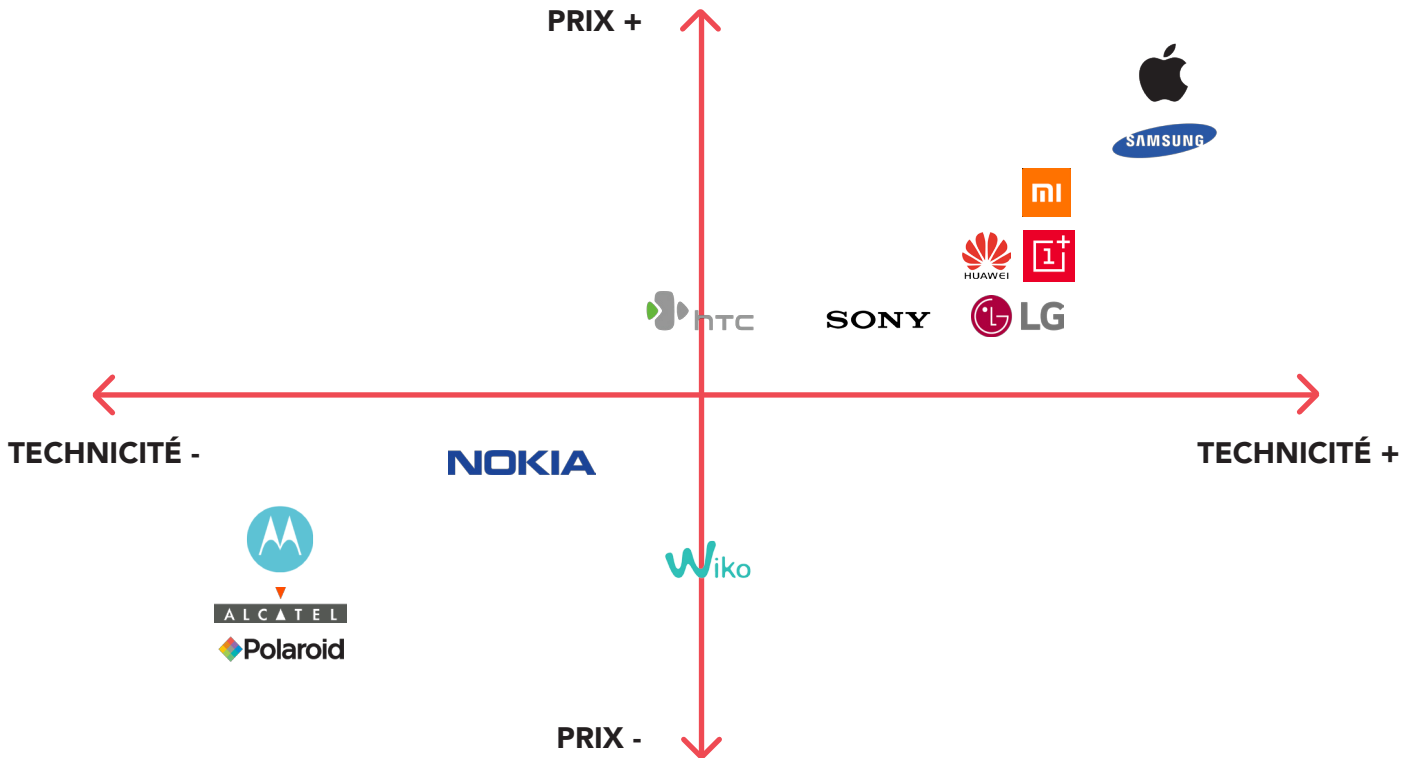
PROCÉDER PAR ÉTAPE

- Choisir le produit ou le service à mettre en avant
- Quel est celui qui permettra de gagner de l'argent ? →
 - Quels sont les avantages de ce produit ? →
 - Quels sont les faiblesses de ce produit ? →
 - Quelles sont les objections à l'achat ? →
- Définir la cible et le marché →
- Rédiger l'argumentaire en valorisant les atouts pour faire oublier les faiblesses →

- Le positionnement est l'image que les clients ont de la marque. Il permet à une entreprise de se différencier sur des produits semblables.

Vous pouvez utiliser une carte perceptuelle pour visualiser votre positionnement. Pour cela vous devez définir deux axes et placer vos concurrents ainsi que vous même de manière objective sur la carte.

Exemple :



Nous vous proposons un modèle à remplir vous même en fonction de vos critères :

