

# PROCESSUS MARKETING

Sierre, novembre 2017  
Fabrice Haldemann, consultant

# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?



# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

SURVOL ...



# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

*Discussion*

# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

*Pour moi, le marketing, c'est :*

# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

*Pour moi, le marketing, c'est :*

*-se fixer un objectif d'entrepreneur,*



# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

*Pour moi, le marketing, c'est :*

- se fixer un objectif d'entrepreneur,*
- déterminer la stratégie permettant de l'atteindre,*



# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

*Pour moi, le marketing, c'est :*

- se fixer un objectif d'entrepreneur,*
- déterminer la stratégie permettant de l'atteindre,*
- la mettre en oeuvre*





# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

*Pour moi, le marketing, c'est :*

- se fixer un objectif d'entrepreneur,*
- déterminer la stratégie permettant de l'atteindre,*
- la mettre en oeuvre*
- contrôler le résultat, corriger le tir*



# PROCESSUS MARKETING

C'est quoi, le marketing ?

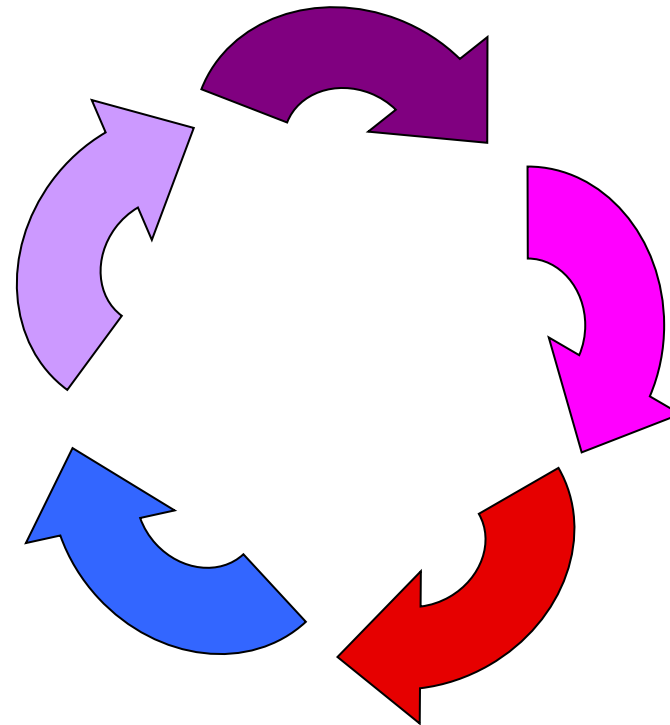
*Pour moi, le marketing, c'est :*

- se fixer un objectif d'entrepreneur,*
- déterminer la stratégie permettant de l'atteindre,*
- la mettre en oeuvre*
- contrôler le résultat, corriger le tir*
- tirer les conclusions*



# PROCESSUS MARKETING

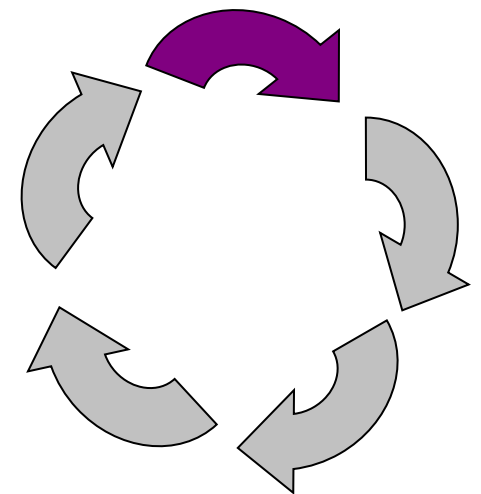
„Pour réussir, il faut  
disposer d'un concept !“



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

a) SWOT



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## a) SWOT

**Strenghts**

**Forces**

**Weaknesses**

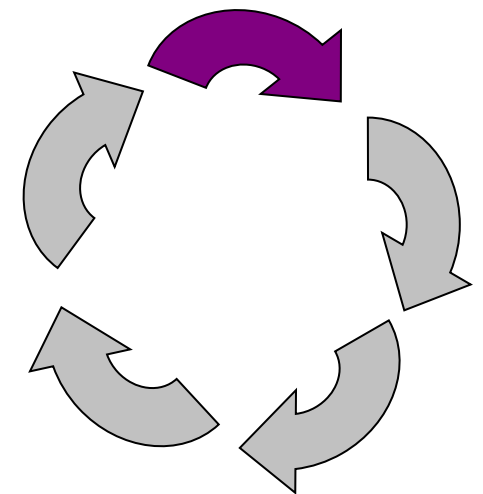
**Faiblesses**

**Opportunities**

**Opportunités**

**Threaths**

**Menaces**



# PROCESSUS MARKETING

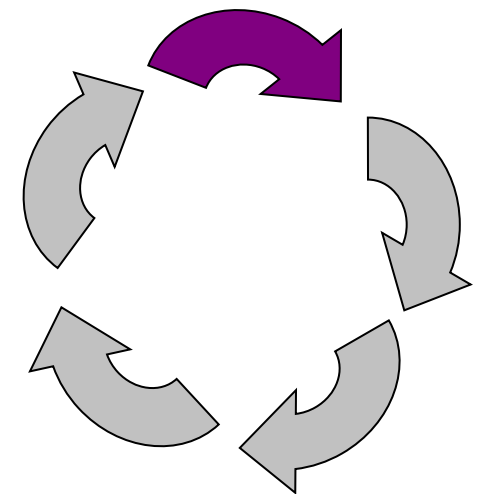
„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

a) SWOT

**Strenghts**

**Forces**

*Discussion*



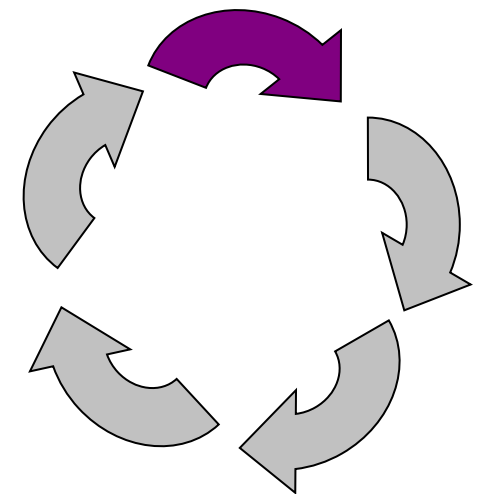
# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

a) SWOT

Weaknesses      Faiblesses

*Discussion*



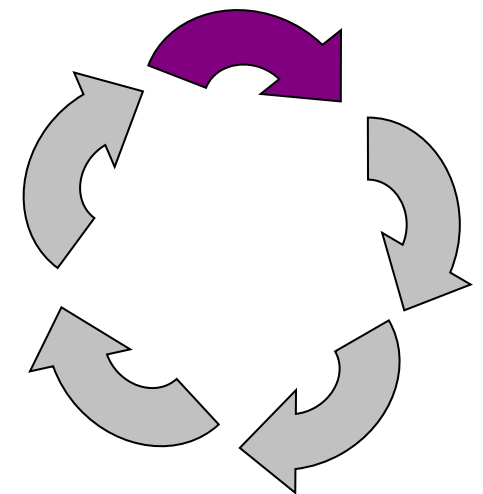
# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

a) SWOT

Opportunities      Opportunités

*Discussion*





# PROCESSUS MARKETING

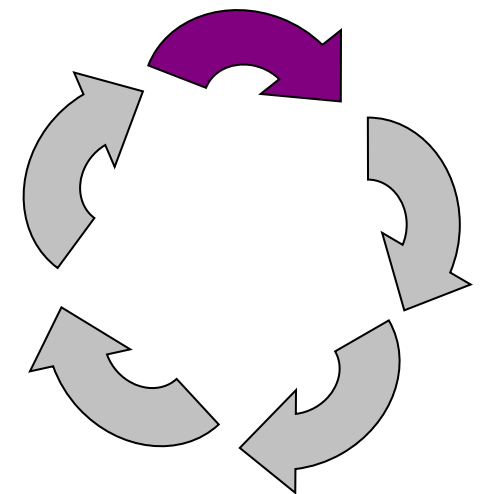
„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

a) SWOT

Threats

Menaces

*Discussion*

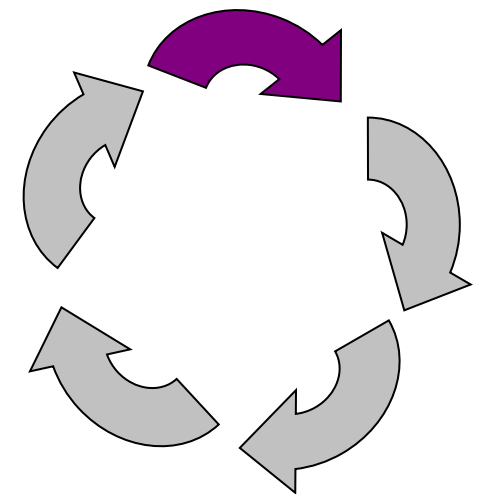


# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## a) SWOT

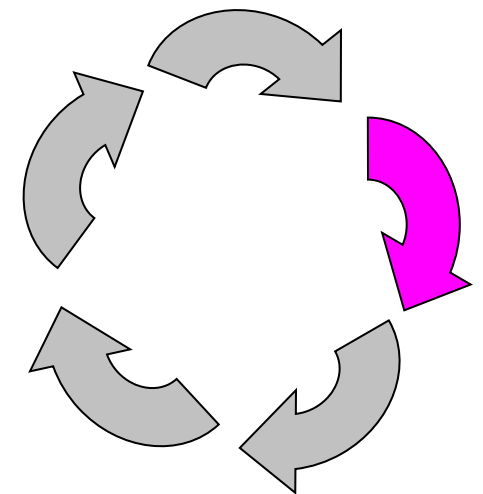
	Positif (pour atteindre l'objectif)	Négatif (pour atteindre l'objectif)
Origine interne (organisationnelle)	<b>Forces</b> <b>S</b> Strengths	<b>Faiblesses</b> <b>W</b> Weaknesses
Origine externe (origine = environnement)	<b>Opportunités</b> <b>O</b> Opportunities	<b>Menaces</b> <b>T</b> Threats



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## b) OBJECTIFS



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## b) OBJECTIFS

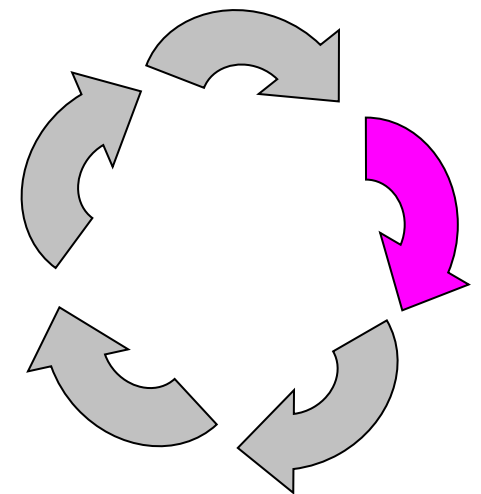
**S** Spécifiques

**M** Mesurables

**A** Atteignables

**R** Réalistes

**T** Temps (planifiable)



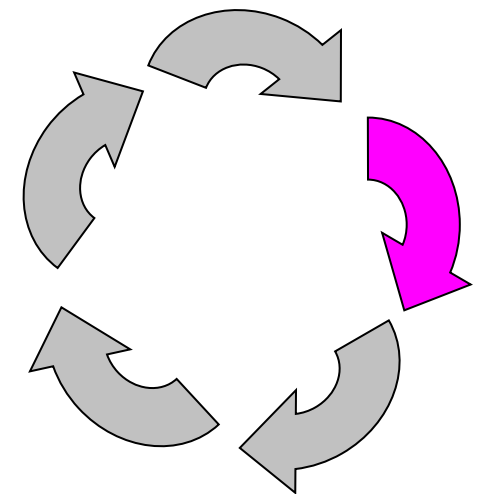
# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## b) OBJECTIFS

**S** Spécifiques  
**M** Mesurables  
**A** Atteignables  
**R** Réalistes  
**T** Temps (planifiable)

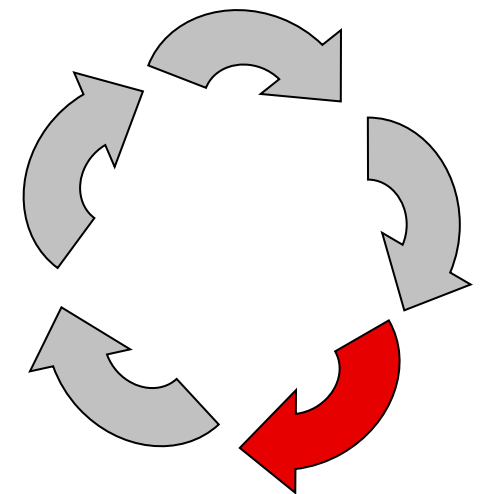
*Discussion*



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## c) Stratégie

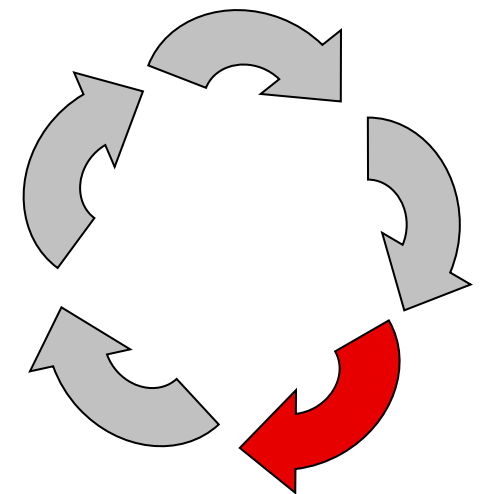


# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

c) Stratégie (opérationnel)

On s'organise en fonction des objectifs et de l'analyse SWOT.



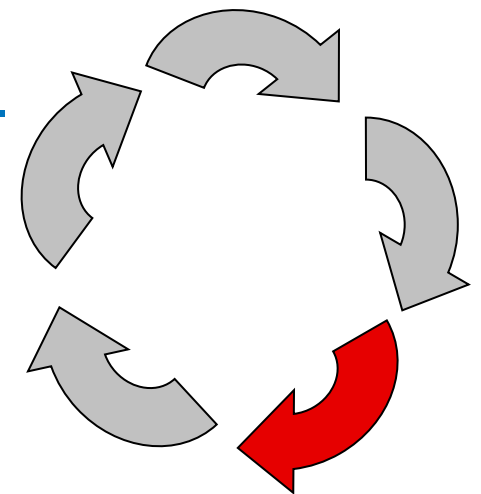
# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

c) Stratégie (opérationnel)

On s'organise en fonction des objectifs et de l'analyse SWOT.

Exemples : engagement – profil – locaux – Budget – etc.





# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

d) Marketing Mix

# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## d) Marketing Mix

- P**     Produit (Service)
- P**     Prix
- P**     „Place“ (Distribution)
- P**     Promotion

# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

## d) Marketing Mix

- C** Clients (on les atteint ?)
- C** Client (on leur donne une valeur ?)
- C** Coût (OK ?)
- C** Confort (accès service OK?)
- C** Communication  
(client saisit l'offre ?)

# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

e) Contrôle des résultats

# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

e) Contrôle des résultats

Objectifs atteints ?

Correctifs ?

On continue ?

# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

Encore quelques considérations :

## **-Se connaître**

P.rprt Client : savoir ce qu'on lui apporte

P.rprt Concurrence : points forts – faibles

P.rprt Marché (région, station, remontées, magasin de sport, tourisme, etc.)

# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

Encore quelques considérations :

**-Se distinguer**

Message fort



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

Encore quelques considérations :

**-Se positionner**

Pour mieux cibler le marché.



# PROCESSUS MARKETING

„Pour réussir, il faut disposer d'un concept !“

**Je vous souhaite du succès :**

**une clientèle nombreuse, fidèle et agréable**

