

*et quatre sous-points*



# Dix points essentiels pour un marketing réussi

Bernard Vincent



Toma & Bouma  
MANAGEMENT CONSULTANTS

**En affaires...**

**le marketing représente tout**

**ET**

**tout représente le marketing.**

# Derrière chaque produit rentable,

... se trouve une stratégie et un plan bien préparés, organisés et appliqués.

- Enfants de trois ans - McDonald's
- Adolescents - dernier jeu Xbox
- Adolescentes - film Twilight

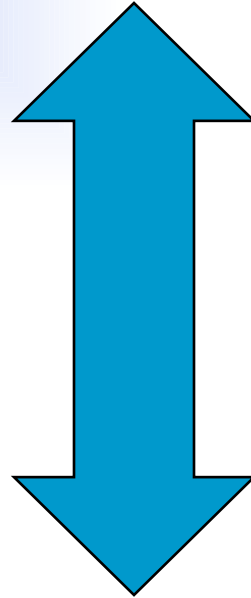
**Trop souvent, nous  
adoptons...**

**une stratégie marketing  
« champ de rêves ».**

**« Si nous le concevons, ils  
viendront (et l'achèteront). »**

**Suite...**

**Champ de rêves**



**Stratégie et plan**

# Objectif

Modifiez votre approche : d'un champ de rêves à une stratégie et un plan

- Développez de nouvelles compétences
- Semez quelques idées
- Motivez-vous à aller de l'avant

Champ de rêves



Stratégie et plan

# D'autres compétences sont nécessaires

À l'heure actuelle, vous êtes doué pour...

- Développer
- Construire
- Réparer
- Appliquer des compétences de base en marketing (livre, cours)

# D'autres compétences sont nécessaires

Vous devez être également...

- Observer (remarquer ce que les autres ne remarquent pas)
- Être continuellement curieux
- Chercher et accepter différentes idées (tout n'est pas noir ou blanc)

# Sous-point sur « l'apprentissage »

Anticipation → Révélation → Apprentissage

↑ Anticipation → ↑ Révélation → ↑ Apprentissage

↓ Anticipation → ↓ Révélation → ↓ Apprentissage

Les bons commerçants sont curieux et apprennent en observant.

# Stratégie appropriée

Marché

Votre produit

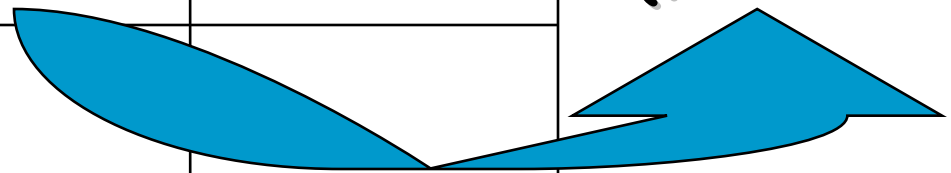
	Existant	Nouveau
Existant	1	2
Nouveau	3	4

# Marché

Votre produit

	Existant	Nouveau
Existant	Pénétration du marché	
Nouveau		

- Publicité
- Distribution
- Prix
- (faible coût)



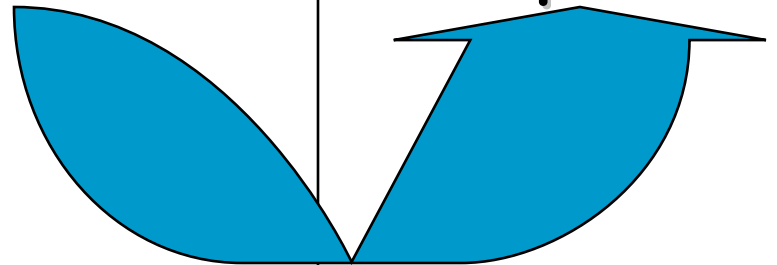
1 = Pénétration du marché

# Marché

Votre produit

	Existant	Nouveau
Existant		Développement du marché
Nouveau		

- Nouvelle distribution
- En ligne
- Direct
- Groupement

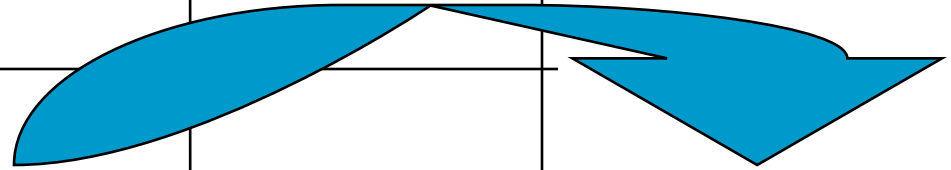


2 = Développement du marché

# Marché

Votre produit

	Existant	Nouveau
Existant		
Nouveau	Différenciation du marché	



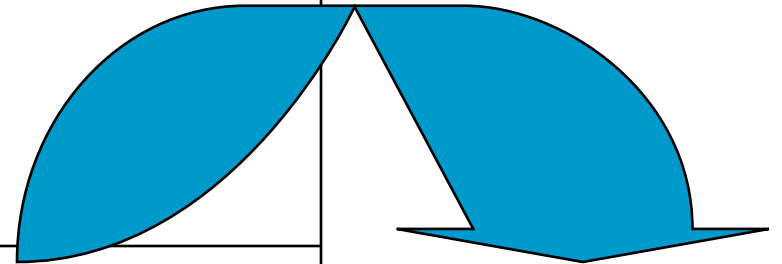
3 = Différenciation du marché

- Modification du produit pour mieux répondre à la demande
- Niveaux de qualité

# Marché

Votre produit

	Existant	Nouveau
Existant		
Nouveau		Création du marché



- Compréhension du marché
- Produit correspondant exactement à ce qui est recherché
- Principe de distribution

4 = Création du marché

# Stratégie appropriée

Marché

Votre  
produit

	Existant	Nouveau
Existant	Pénétration du marché	Développement du marché
Nouveau	Différenciation du marché	Création du marché

# Sous-point sur la « stratégie »

PRIX\*

TEMPS\*

QUALITÉ\*

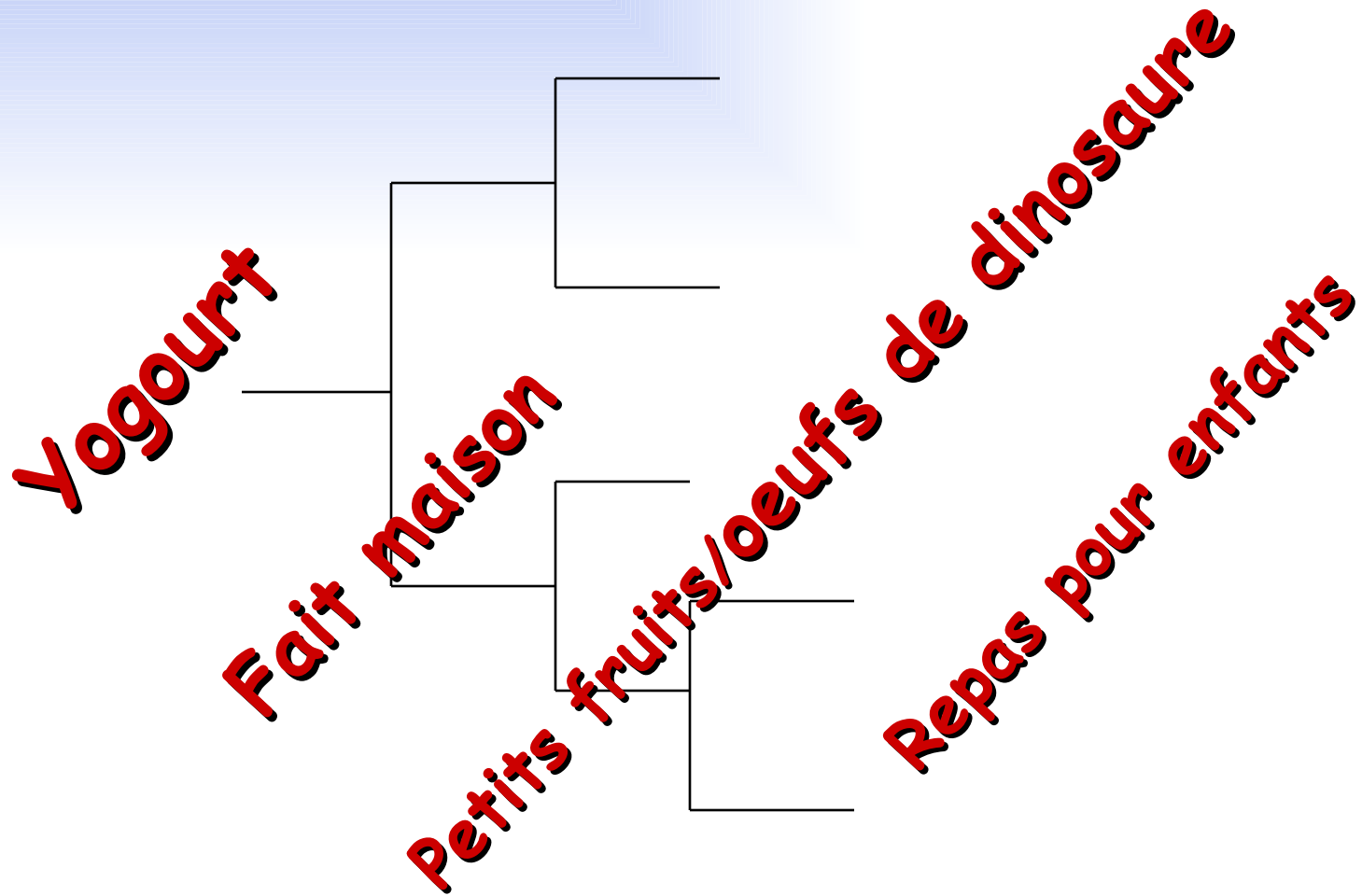
Les consommateurs obtiennent  
seulement deux des trois éléments.

\*relatif/relative

# Analyse du marché

- Être précis - quel est votre marché?
- Analyser jusqu'à ce que vous ayez un marché :
  - défini
  - que vous pouvez dominer (être le n° 1)
  - pouvant être ciblé

# Analyse du marché



# Analyse du marché

Détermine :

- votre méthode de distribution
- la façon de publiciser votre produit et s'il y a lieu de le faire
- votre méthode d'emballage
  - taille
  - aspect
  - image

# « Vincent Conundrum »

**Vous ne faites probablement pas partie  
du public cible.**

**Apprenez donc à le connaître!**

**Vous n'achetez pas ce que vous vendez;  
vous sous-évaluez donc votre produit  
parce que vous l'avez gratuitement!**

**Commercialiser votre propre produit sans  
rétroaction n'est probablement pas une bonne idée!**

# Retour au début

- Enfants de trois ans - McDonald's
- Adolescents - dernier jeu Xbox
- Adolescentes - film Twilight

Si vous ne comprenez pas la publicité...  
c'est probablement parce qu'elle  
ne s'adresse pas à vous!

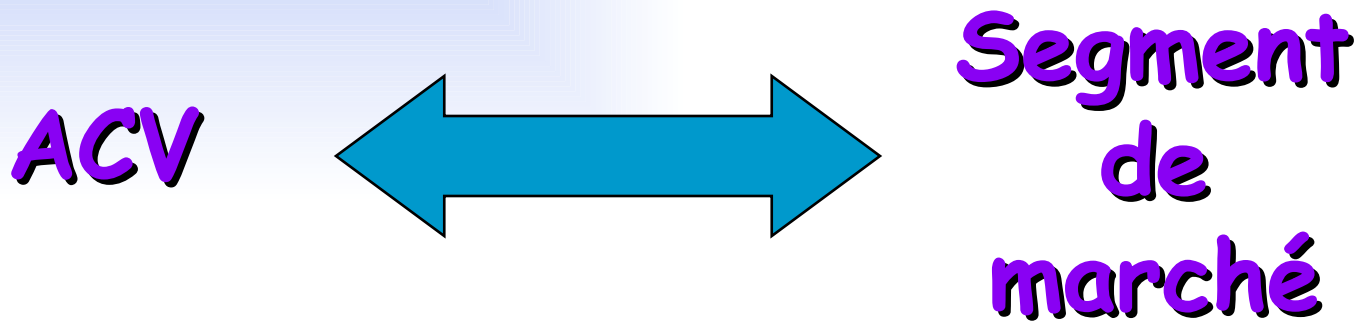
# Argument clé de vente (ACV)

Il vous en faut un!

Répétez-le

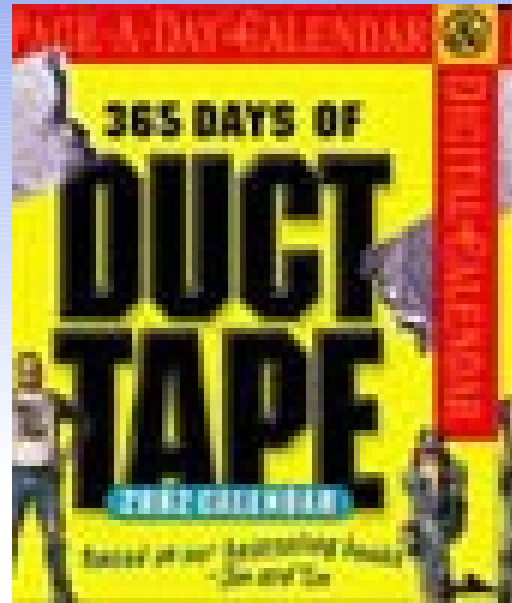
Répétez-le

**Pour y arriver,  
faites la danse du marketing.**



- **Jumelez l'ACV au segment de marché**
- **N'hésitez pas à apporter des modifications à l'un ou à l'autre**

# Ruban entoilé (duct tape)



HUNTING / FISHING / CAMPING / CANOEING / BACKPACKING  
**DUCT TAPE IN THE GREAT OUTDOORS**



SHOWN ABOVE: DUCK® BRAND CAMO DUCT TAPE featuring REAL TREE X-TRA® DESIGN



**THE DUCK TAPE CLUB™**

**JOIN THE FUN!  
CLICK HERE**

*The Duct Tape Guys use Duck® brand Duct Tape EXCLUSIVELY!*

# Sous-point sur les ventes

Il ne s'agit pas d'une activité ponctuelle,  
mais d'un processus...

5 étapes

- 
1. Sensibilisation
  2. Essai
  3. Consommateur
  4. Client régulier
  5. Promotion

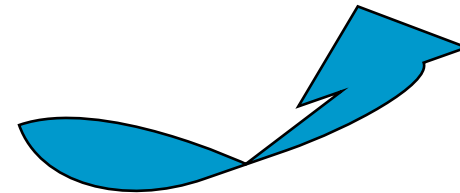
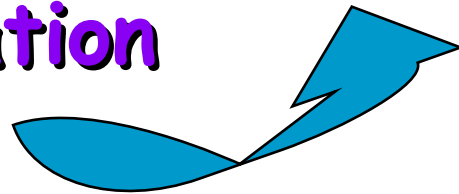
... et d'une relation.

# Lancée - garder le rythme

Consommateur

Essai

Sensibilisation



Au même moment!

- Lancement du produit
- Article dans les journaux
- Activité
- Publicité
- Nouvelle bannière

# Marque distinctive - conservez votre clientèle



Faites en sorte que votre produit soit facilement reconnaissable pour vos consommateurs et ils l'achèteront de nouveau!



Produit pas attirant?  
Coke = sucre + eau

# Aide

**Ce que vous ne remarquez ou ne savez pas  
peut vous nuire!**



**Dans quelle direction pointe la flèche (une minute)?**

**Aide**



**Une fois que vous l'avez aperçue,  
elle devient évidente!**

# Aide

- Ayez des ressources sous la main
  - sites Web, livres, cours
- Formez une équipe solide
  - personnes avec lesquelles vous désirez travailler
  - points de vue différents
  - marchands indépendants
  - conseillers
- Portez attention à ce qui se passe
- Observez les autres

# Aide (partout)

Question : **À quel point est-ce important d'avoir des conseillers de confiance pour créer une entreprise rentable?**

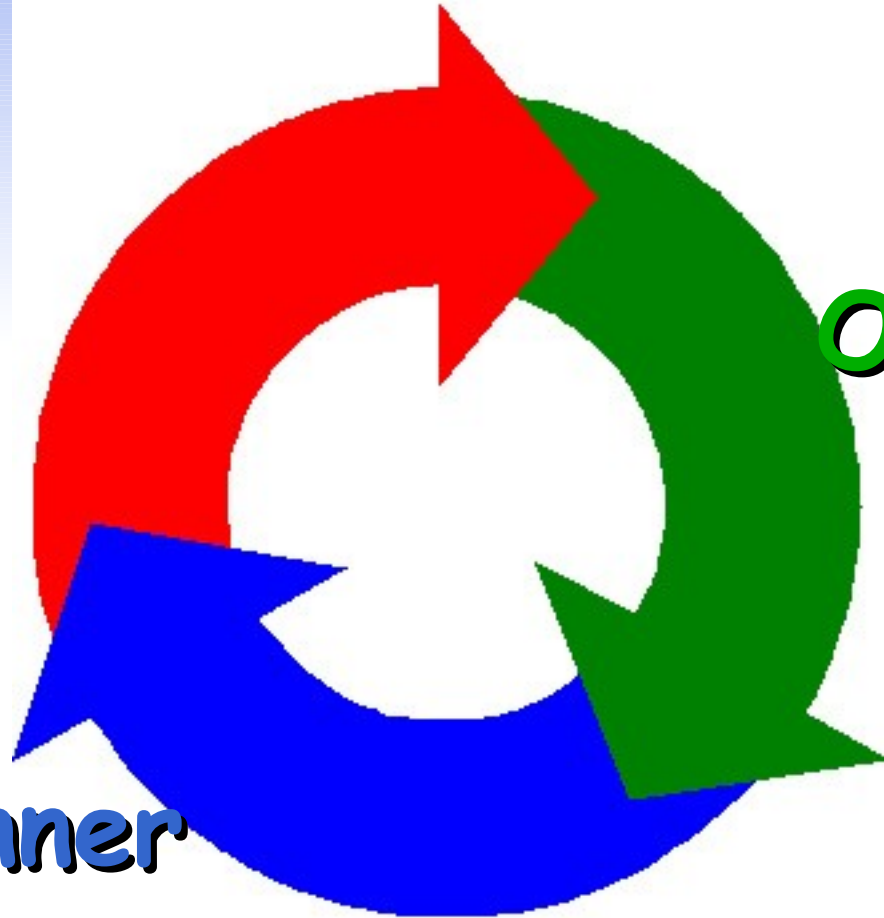
**Richard Branson a répondu :**

C'est **essentiel**. Vous avez besoin de « lieutenants » en lesquels vous avez confiance **à qui soumettre les idées** et faire part de votre **vision**. Il faut cependant former une petite **équipe** afin que vous ne soyez pas trop éloigné de vos **consommateurs et des principales décisions opérationnelles**.

*Globe and Mail*, « Q&A with Richard Branson », décembre 2008

# Création d'une boucle d'apprentissage

Agir



Observer

se questionner  
et réfléchir

# Conclusion

- Former une équipe solide
- « Anticipation - Révélation - Apprentissage »
- Réfléchir sur tout ce que vous faites et apprendre
  - Prendre du temps pour réfléchir
- Essayer
- Apprécier l'aventure!