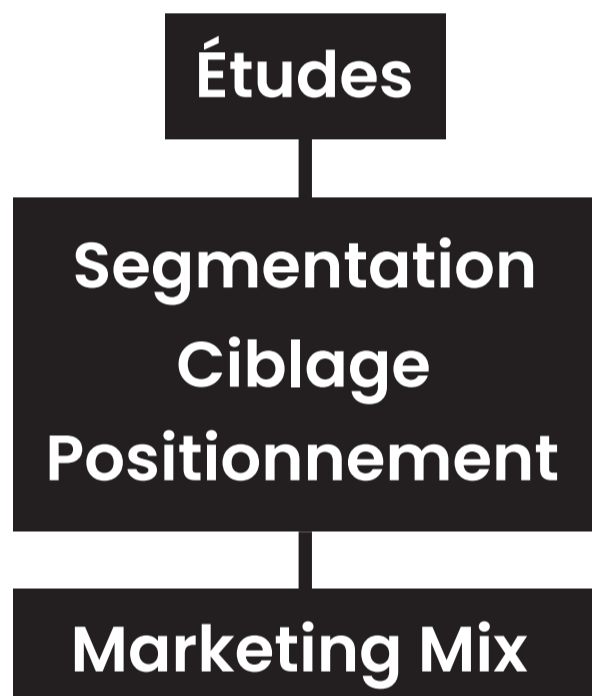


Marke- ting

La démarche marketing

–Les 3 piliers de la démarche marketing



–Les techniques selon les phases de marketing

Marketing d'études

Connaître le marché, son environnement, la concurrence, mesurer l'efficacité des politiques marketing.



Sondages, études de motivations, panels, études macro-économiques, analyse socio-culturelle, veille concurrentielle, prévision de vente, test concept...

Marketing stratégique

Définir les objectifs, les cibles et les moyens pour les atteindre.



Techniques de positionnement, de fixation des prix, de stratégies de communication, marchés test...

Marke- ting

Lexique utile

SWOT

L'analyse SWOT est une méthode ou outil d'analyse stratégique de l'entreprise pouvant être utilisé dans le domaine du marketing. Le mot SWOT constitue les initiales pour : Forces / Faiblesses & Opportunités / Menaces.

AIDA

AIDA est l'acronyme d'un modèle publicitaire reprenant les différentes phases que doit normalement respecter un message publicitaire.
AIDA : attirer l'Attention / susciter l'Intérêt / provoquer le Désir / inciter à

BAT

BAT est l'acronyme utilisé couramment dans le monde de l'édition et de la publicité qui signifie «bon à tirer». Le «bon à tirer» est un document remis pour signature par un imprimeur, un routeur ou un support à une agence de communication ou à un annonceur.

Cross media

Le cross media est une pratique publicitaire et marketing qui consiste à utiliser plusieurs médias pour une campagne. L'objectif d'une campagne cross média est de jouer sur la complémentarité entre les différents médias utilisés.

Ciblage

Détermination du ou des publics qu'on veut toucher par une action marketing. Les cibles marketing peuvent être diverses : cibles de prospects, de clients actuels pour les fidéliser, cibles d'influenceurs, cibles de distributeurs, etc.

Communication 360°

La communication 360° désigne le principe d'une communication qui mobilise tous les points de contact avec le consommateur. La notion de communication 360° s'est notamment développée ou renouvelée avec le développement et la variété des supports numériques (Internet, mobiles,..).

Guerilla marketing

La communication 360° désigne le principe d'une communication qui mobilise tous les points de contact avec le consommateur. La notion de communication 360° s'est notamment développée ou renouvelée avec le développement et la variété des supports numériques (Internet, mobiles,..).