

Sommaire

Préambule.....	7
Partie 1 Analyser et comprendre le marché : étape 1 de la démarche marketing	9
Notions de base	
Fiche 1 Définition du marketing et démarche marketing	11
Fiche 2 La notion de marché et les différents niveaux de marché.....	19
Fiche 3 Les études de marché	31
Analyser le marché et intégrer ses outils de diagnostic	
Fiche 4 L'analyse de l'offre: la concurrence et l'entreprise	43
Fiche 5 Analyse de la demande: comprendre la psychologie du consommateur.....	51
Fiche 6 Les facteurs d'influence du consommateur.....	61
Fiche 7 Analyse de l'environnement Peste.....	71
Fiche 8 L'outil 5 forces de Porter	77
Fiche 9 La matrice BCG.....	85
Fiche 10 L'outil SWOT et la problématique	91
Partie 2 Choisir la stratégie marketing adaptée : étape 2 de la démarche marketing	99
Choisir la stratégie marketing adaptée	
Fiche 11 La démarche SCP (<i>Segmentation Ciblage Positionnement</i>).....	101
Choisir la segmentation et le ciblage	
Fiche 12 La segmentation	105
Fiche 13 Le ciblage.....	113
Choisir le positionnement	
Fiche 14 Le positionnement.....	119
Choisir sa marque	
Fiche 15 La marque.....	129

Partie 3	Développer le plan d'action marketing mix : étape 3 de la démarche marketing	139
Développer les 4P		
Fiche 16	Le plan d'action marketing basé sur les 4P	141
Développer le produit ou le service		
Fiche 17	Développer un Produit	145
Fiche 18	Gérer sa gamme de produits	153
Développer le prix		
Fiche 19	Fixer un prix	159
Fiche 20	Les stratégies de prix	167
Développer la distribution		
Fiche 21	Développer une stratégie de distribution	175
Fiche 22	Développer sa stratégie de e-commerce et de distribution omnicanal	187
Développer la communication		
Fiche 23	Développer une stratégie de communication off line et on line	197
Fiche 24	Développer un plan média off line	205
Partie 4	Évoluer vers le marketing digital	215
Évoluer vers une stratégie marketing digitale		
Fiche 25	Augmenter la visibilité de sa marque on line : le modèle POE	217
Fiche 26	Évoluer vers une stratégie digitale d'influence	225
Évoluer vers des outils digitaux		
Fiche 27	Augmenter son référencement naturel SEO (Owned media)	233
Fiche 28	Augmenter sa performance sur les médias sociaux (<i>Earned media</i>)	239
Glossaire		249
Listes des entreprises et marques citées		261
Liste des schémas et tableaux		265