

LA SEGMENTATION, POSITIONNEMENT & STRATÉGIE MARKETING

Du mercredi au vendredi de 14h à 19h et le samedi de 9h à 17h

21 - 24 Juin 2017 - Durée 22 heures

AUDIENCES: Service Marketing, Communication, Stratégie.

INTERVENANTE

Virginie VILLENEUVE, Responsable de l'intelligence de marché Océan Indien - KANTAR TNS



Depuis 2016 Virginie Villeneuve est responsable de l'intelligence marché de KANTAR TNS, pour l'océan Indien. Elle a 10ans d'expérience en tant que chargée de cours à l'Université de la Réunion. Elle a intégré l'équipe de KANTAR TNS, océan Indien en 2002 et s'occupe de l'implémentation et des études de marché sur l'île de la Réunion. Elle a travaillé avec les marques suivantes : Heineken, Orange, Philip Morris, Engen etc.



MARKETING STRATÉGIQUE

MQA registered (HRDC refund minimum 60%)

OBJECTIFS ET CONTENU DU PROGRAMME

A l'heure où le Marketing de masse semble inefficace sur la plupart des marchés, la segmentation, le ciblage et le choix de positionnement qui en découle sont des éléments essentiels de la stratégie marketing de l'entreprise.

Les participants seront formés aux dernières méthodes de segmentation de marché et d'analyse de potentiel des cibles et seront en mesure de :

- Apprendre à déployer des stratégies de positionnement
- Prendre en compte les spécificités des marchés de l'océan Indien, notamment la taille des marchés, les pouvoirs d'achat et le multiculturalisme.

PRINCIPAUX THEMES DU SÉMINAIRE

- Les nouveaux enjeux du marketing
- Evolution des générations et des cibles
- Comprendre la segmentation
- Les critères de segmentation
- Les nouvelles techniques de segmentation
- Les stratégies de ciblage
- Définir le positionnement
- Réaliser une carte perceptuelle
- Mettre en place sa stratégie de positionnement