



LE MODULE STRATÉGIE

DÉGAGEZ DES MARGES DE LIBERTÉ, DE DÉVELOPPEMENT ET DE CROISSANCE !

Une stratégie innovante

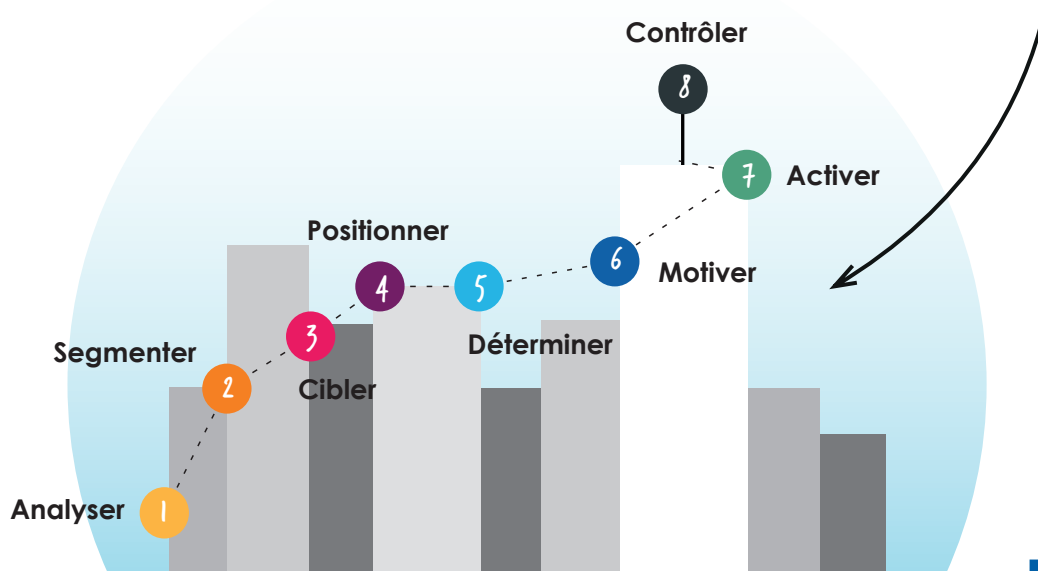
Dans un environnement changeant, les entreprises qui réussissent, sont celles qui facilitent la coopération et dynamisent l'implication de leurs collaborateurs. Les entreprises proactives et innovantes répondent durablement aux enjeux de leur marché. Elles satisfont par la même occasion les aspirations de responsabilité et d'autonomie des salariés.

Votre stratégie doit dès lors être adaptée à cette ambition. **La mesure de la performance cesse d'être un outil de contrôle pour devenir enfin un véritable outil d'aide à la décision pour chaque collaborateur.**

Sur base d'une analyse rigoureuse de votre situation actuelle, nous définissons ensemble le positionnement de vos produits et choisissons dès lors la stratégie adéquate. Cette stratégie est ensuite déclinée en stratégie marketing, avec des objectifs concrets et des actions à mener qui vous permettent d'augmenter vos parts de marché.

La méthode

PATIENCE !
ON VOUS DÉTAILLE TOUT ÇA À LA SUITE !



1

Analyser la situation

Analysez vos forces et faiblesses ainsi que vos menaces et opportunités. Obtenez ainsi une base solide pour déterminer vos choix stratégiques.

2

Segmenter votre marché

Fractionnez votre marché en sous-ensembles homogènes correspondant à des groupes de consommateurs ayant des attentes identiques.

3

Définir votre cible

Définissez votre cœur de cible, c'est-à-dire le segment de clientèle qui offrira le meilleur retour sur investissement.

4

Adopter votre positionnement

Déterminez une place précise pour votre produit/service par rapport à la concurrence dans l'esprit du consommateur.

5

Déterminer vos objectifs

Pour chaque choix stratégique, associez des objectifs précis et ambitieux qui boosteront les collaborateurs.

6

Sélectionner vos actions

Estimez le coût de l'atteinte de vos objectifs, le délai que vous vous fixez pour y parvenir et les moyens humains que vous prévoyez d'y affecter.

7

Motiver vos équipes

Vos collaborateurs feront la différence. Motivez vos décisions. Définissez le cap, mais aussi la ligne d'arrivée !

8

Contrôler les résultats

Toute action nécessite un suivi pour en assurer la maîtrise. Votre tableau de bord vous permet de comparer vos réalisations avec vos projections.

Une stratégie marketing gagnante

La stratégie marketing est un plan d'actions coordonnées mis en œuvre sur le moyen et le long terme pour **atteindre vos objectifs commerciaux**. Elle est une des composantes de la stratégie d'entreprise et peut se concevoir au niveau global de l'entreprise ou ne s'appliquer qu'à un produit ou une famille de produits.

L'élaboration d'une stratégie marketing est **vitale pour toute entreprise**. Sans celle-ci, il est probable que vos efforts pour attirer les clients soient désordonnés et inefficaces. Le but de votre stratégie marketing doit être d'identifier puis de communiquer les avantages de l'offre de votre entreprise envers votre marché cible.

Les décisions doivent être cohérentes car c'est cette cohérence qui fera le succès de votre entreprise !

AVANCER SANS STRATÉGIE (C'EST COMME AVANCER DANS LE NOIR.

VOUS SAVEZ CE QUE VOUS FAITES, MAIS PERSONNE D'AUTRES NE LE SAIT !

Marketing mix :

Vos décisions et actions concernent 4 grands domaines :

- 1 la politique produit / service
- 2 la politique de communication
- 3 la politique de prix
- 4 la politique de distribution

