

Marketing de la Silver Economy : cibler et servir les 60+ dans un pays en transition démographique

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-silver-economy-cibler-et-servir-les-60-dans-un-pays-en-transition-demographique

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR112

CATÉGORIE
Marketing de la Santé, Pharmacie et Silver Economy

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les enjeux économiques et commerciaux liés au vieillissement démographique.
- Identifier les nouvelles opportunités de marché générées par l’essor de la Silver Economy.
- Segmenter efficacement les populations de 60 ans et plus selon leurs profils, besoins et comportements.
- Analyser les motivations, attentes et parcours d’achat des consommateurs seniors.
- Concevoir des produits et services adaptés aux différents segments de la population senior.
- Construire un positionnement et une identité de marque attractifs, inclusifs et non stéréotypés.
- Développer des stratégies de communication adaptées à la psychologie et aux usages des 60+.
- Maîtriser les leviers du Marketing Digital et de l’inclusion numérique des seniors.
- Optimiser la distribution, le Retail et l’expérience client sur les différents canaux.
- Identifier les opportunités dans les secteurs de la santé, du bien-être, de la finance, de l’assurance, de l’habitat et des loisirs.
- Intégrer les aidants et l’environnement familial dans les stratégies marketing destinées aux seniors.
- Développer des stratégies de pricing, fidélisation et Customer Lifetime Value adaptées aux 60+.
- Exploiter l’innovation et les nouveaux modèles économiques pour développer des offres dédiées au vieillissement.
- Élaborer une stratégie de développement rentable et durable de la Silver Economy dans un pays en transition démographique.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Dirigeants et directeurs généraux souhaitant développer des offres destinées aux populations seniors.
- Directeurs Marketing, Brand Managers et responsables stratégie commerciale.
- Responsables études de marché, Consumer Insights et connaissance client.
- Responsables Innovation, développement produit et nouveaux services.
- Responsables Commercial, Business Development et développement de nouveaux marchés.
- Responsables Retail, Distribution, E-commerce et expérience client.
- Responsables Digital Marketing, CRM, Social Media et transformation digitale.
- Responsables des secteurs santé, bien-être, prévention et services à la personne.
- Responsables banques, assurances, épargne, retraite et gestion patrimoniale.
- Responsables immobilier, habitat, mobilité, tourisme, loisirs et services dédiés aux seniors.
- Responsables RSE, inclusion, diversité et politiques intergénérationnelles.
- Acteurs publics, collectivités et institutions impliqués dans les politiques liées au vieillissement démographique.
- Entrepreneurs, startups et investisseurs développant des solutions pour la Silver Economy.
- Consultants, experts et professionnels souhaitant construire des stratégies marketing dédiées aux populations de 60 ans et plus.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux de la Silver Economy et transition démographique

- Comprendre les dynamiques du vieillissement démographique et leurs implications économiques et commerciales.
- Identifier les transformations des besoins, comportements et modes de consommation des populations de 60 ans et plus.
- Analyser les opportunités offertes par l'émergence de la Silver Economy dans les marchés en transition démographique.

2 / Segmentation du Marché des 60+

- Segmenter les seniors selon l'âge, le niveau de revenus, le niveau d'autonomie et les styles de vie.
- Identifier les différences entre seniors actifs, retraités, personnes dépendantes et aidants familiaux.
- Construire des personas permettant d'adapter les offres aux différents profils de consommateurs seniors.

3 / Compréhension des Besoins et Comportements des Seniors

- Analyser les motivations, attentes, freins et critères de décision des consommateurs de 60 ans et plus.
- Comprendre l'évolution des besoins en matière de santé, logement, mobilité, loisirs, finance et services.
- Intégrer les dimensions sociales, culturelles et générationnelles dans la stratégie marketing.

4 / Proposition de Valeur et Innovation Produit pour les 60+

- Concevoir des produits et services répondant aux besoins spécifiques des populations seniors.
- Adapter les fonctionnalités, usages, prix et niveaux de service aux différents profils de consommateurs.

Maroc Performance

- Identifier les opportunités d’innovation dans les secteurs de la santé, du bien-être, de la finance, du tourisme et des services.

5 / Branding et Positionnement de l’Offre Senior

- Construire un positionnement valorisant l’autonomie, le bien-être, l’expérience et la qualité de vie.
- Éviter les représentations stéréotypées ou infantilisantes des personnes âgées dans la communication.
- Développer une identité de marque inclusive, rassurante et attractive pour les consommateurs 60+.

6 / Communication et Psychologie du Consommateur Senior

- Comprendre les mécanismes psychologiques influençant les décisions d’achat des consommateurs seniors.
- Adapter les messages, arguments et contenus aux attentes émotionnelles et fonctionnelles des 60+.
- Développer une communication intergénérationnelle fondée sur la confiance, la proximité et la valorisation de l’expérience.

7 / Marketing Digital et Inclusion Numérique des Seniors

- Analyser les usages des smartphones, réseaux sociaux, applications et services digitaux par les 60+.
- Concevoir des interfaces, contenus et parcours digitaux accessibles et simples d’utilisation.
- Développer des stratégies d’acquisition digitale adaptées aux différents niveaux de maturité numérique.

8 / Distribution, Retail et Expérience Client Senior

- Adapter les points de vente, canaux de distribution et services aux besoins des consommateurs seniors.
- Concevoir des parcours clients favorisant l’accessibilité, la simplicité, le confort et la confiance.
- Développer une expérience omnicanale cohérente entre magasins, téléphone, digital et services de proximité.

9 / Santé, Bien-être et Prévention : Marchés Stratégiques de la Silver Economy

Maroc Performance

- Identifier les opportunités marketing liées à la prévention, au bien-être, à la nutrition et aux services de santé.
- Développer des offres répondant aux besoins de maintien de l’autonomie et de qualité de vie.
- Construire des stratégies de communication responsables autour des produits et services liés au vieillissement.

10 / Finance, Assurance et Patrimoine pour les 60+

- Identifier les besoins des seniors en matière d’épargne, retraite, assurance, prévoyance et gestion patrimoniale.
- Concevoir des offres financières adaptées aux différentes étapes de la retraite et aux objectifs patrimoniaux.
- Développer une approche marketing fondée sur la confiance, la pédagogie et la sécurisation du parcours client.

11 / Habitat, Mobilité, Tourisme et Loisirs pour les Seniors

- Analyser les opportunités liées à l’habitat adapté, à la mobilité et aux services de proximité.
- Concevoir des offres touristiques, culturelles et de loisirs adaptées aux attentes des 60+.
- Développer des expériences favorisant autonomie, confort, sécurité et participation sociale.

12 / Marketing des Aidants et Écosystème Familial

- Comprendre le rôle des proches et aidants dans les décisions d’achat liées aux seniors.
- Identifier les besoins des familles en matière de services, accompagnement, logement, santé et assistance.
- Concevoir des offres et parcours marketing intégrant simultanément le senior, l’aidant et l’environnement familial.

13 / Pricing, Fidélisation et Customer Lifetime Value des Seniors

- Définir des stratégies tarifaires adaptées aux différents niveaux de revenus et profils de consommation.
- Développer des programmes de fidélisation favorisant la rétention et la relation client à long terme.
- Mesurer la Customer Lifetime Value et optimiser la valeur économique des segments seniors.

14 / Stratégie de Développement de la Silver Economy

Maroc Performance

- Construire une stratégie marketing globale dédiée aux populations de 60 ans et plus.
- Identifier les marchés prioritaires, partenariats, canaux et modèles économiques permettant de capter la croissance.
- Élaborer une feuille de route de déploiement intégrant innovation, inclusion, expérience client et performance commerciale.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

23 Nov. au 04 Déc. 2026	Présentiel -
18 au 29 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
15 au 26 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
10 au 21 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 16 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés