

Segmentation Marketing

Lien : https://maroc-performance.com/formation/segmentation-marketing

DURÉE	RÉFÉRENCE	CATÉGORIE
3 jours (21h)	**MC24**	**Marketing Stratégique**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Maitriser les principes d'une segmentation marketing
- Acquérir les principales méthodes de segmentation et ciblage marketing
- Exploiter ses données clients pour améliorer sa stratégie marketing
- Optimiser sa segmentation clients et sa stratégie de ciblage
- Mettre en oeuvre les stratégies et actions retenues en fonction de la segmentation

POUR QUI ?

- Chargé de marketing
- Chargé d'étude
- Responsable marketing
- Chargé de communication
- Chefs de produits impliqués dans la segmentation et le ciblage client

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / La notion de marché

- Taille et structure d'un marché
- Les acteurs d'un marché

2 / Les principes d'une segmentation marketing

- Définition et principes de la segmentation
- Les enjeux de la segmentation
- Segmentation stratégique, marchés et clients
- La segmentation stratégique et les critères de segmentation
- Distinction entre segmentation de marché et segmentation de clientèle cible
- Segmentation et stratégie marketing
- Lien entre stratégie et segmentation
- Les critères spécifiques des secteurs B to B et B to C
- La notion de couple produit-marché
- Les types de segmentation (méthodes et domaines d'application

3 / Réaliser sa segmentation client

- Décrypter la méthode de segmentation clients et ses problématiques
- Identifier les sources et types d’informations accessibles
- Choisir sa méthode de découpage et ses critères de segmentation exploitables

4 / Maîtriser l'élaboration du « mix marketing » après segmentation client

Maroc Performance

- Bâtir une offre produit/service appropriée à ses clients
- Fixer le prix, définir la distribution, la vente, le SAV
- Etablir la communication avec son audience

5 / Capitaliser sur sa base de données clients

- Dessiner des typologies de clients : ambassadeurs, actifs, inactifs…
- Segmentation PMG, segmentation RFM : analyser sa base de données CRM

6 / Établir sa stratégie de marketing ciblée

- Prioriser les segments à cibler dans sa stratégie marketing
- Concentrée, différenciée, indifférenciée : sélectionner la stratégie de ciblage adaptée à ses segments, objectifs, ressources et compétences

7 / Rentabiliser sa stratégie marketing grâce à sa segmentation clients

- Adapter ses efforts de communication et de promotion selon la rentabilité du segment client
- Définir ses prix selon les segments d’utilisateurs

8 / Mettre en oeuvre le plan d'action commercial et mobiliser les équipes

- Appréhender la nécessité de définir des objectifs cohérents
- Définition de la stratégie menée par son entreprise
- Visualiser le positionnement de son entreprise ou de ses produits dans l'esprit des consommateurs
- Définir un programme d'actions et un budget cohérents à sa stratégie
- Mettre en place un contrôle, un suivi et des actions correctrices

Maroc Performance

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

19 au 23 Nov. 2026	Distanciel
27 au 29 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
24 au 26 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 21 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
14 au 16 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

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

Maroc Performance — Tous droits réservés