

Warm-up - qu'est ce que le „Marketing“ ?

708'000'000 !

Toolset – Boîte à outils du Marketing



Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 1:

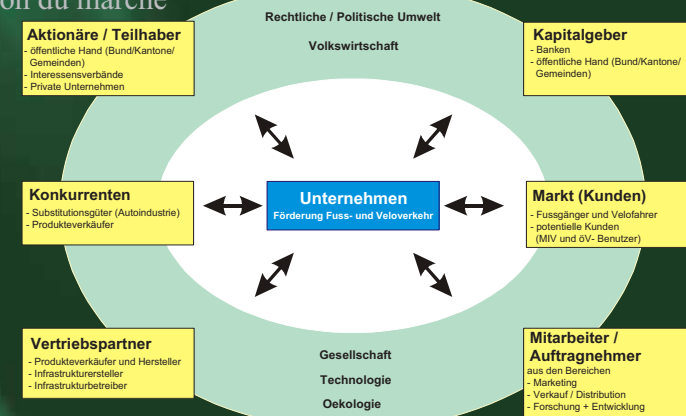
Vision du marché !

- une installation de stationnement de vélos = une entreprise
- Entreprise = vision du marché

Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 1:

Vision du marché



Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 2:

Analyse du marché !

- Besoins des clients = "Aperçus au lieu des intentions"
- Concurrence = „société multi-options“

Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 2:
Analyse du
marché



Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 3:

Segmentation de marché!

- Critères communs = type, localisation, Objectif ...
- Critères socio-démographiques = Sexe, âge...
- Critères comportementaux = Psychogramme CH ...

Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 3:
Segmentation de marché



Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 3:
Segmentation du
marché



Toolset – Boîte à outils du Marketing

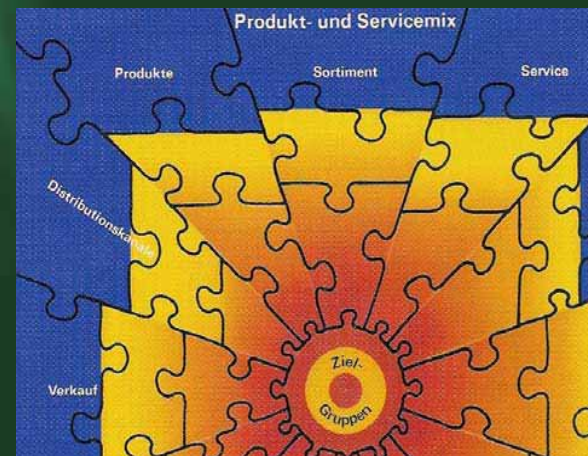
Tool 4:

Marketing-Mix !

- „Product“: Le produit réel, y inclus son design!
- „Price“: La formation du prix
- „Place“: Lieux de l'opportunité, partenaires commerciaux.
- „Promotion“: Publicité, vente, promotion des ventes

Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 4:
Marketing-Mix



Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 5:

Communication intégrée !

- split des offres annexes
- dépasser la logique de la demande
- focalisation conséquente sur les marques vélo

Toolset – Boîte à outils du Marketing

Tool 5:
Communication
intégrée

Kernkompetenzen:
Die Schweizer Hersteller von Dienstleistungen sind die Profiteure

Stillich, frisch, effizientere, mehr Zurückhaltung
(Unternehmenskultur, Unternehmenspolitik, Service, Umwelt, Design, Nachhaltigkeit, Verantwortlichkeit, Flexibilität, Flexibilität/Qualität, → globale Flexibilität

- komplettes Instrument durch starke Marken (Corporate)
- Beratung/Selektion durch kompetente Mitarbeiter
- entsprechende Toolbox durch Spezialisierung auf Dienstleistungen
- umfassender Service/Support/IT durch regionale Netzwerke
- wirtschaftlicher Check durch effiziente Abwicklung und zuverlässige, getreue, langfristige Produkte (24/7 Support)

Cas d'application pratique






Cas d'application pratique – Exemple Vélostation Bollwerk à Berne






Exemple Vélostation Bollwerk à Berne

| Tool 1 | EST | DOIT ETRE | Amélioration du résultat |
|--------|-----|-----------|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Plus de prise en compte de l'„après“ = entreprise - Plus de moyens pour le traitement du marché - Une meilleure prise en charge de l'infrastructure |




Exemple Vélostation Bollwerk à Berne

| Tool 2 | EST | DOIT ETRE | Amélioration du résultat |
|--|---|---|---|
| Analyse du marché  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> - Un profil d'utilisateurs plus pointu - Prévention de „trial & errors“ coûteux lors de la conception de l'installation et de la mise à disposition de services - Economies |




Exemple Vélostation Bollwerk à Berne

| Tool 3 | EST | DOIT ETRE | Amélioration du résultat |
|---|---|---|--|
| Segmentation du marché  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> - Infrastructure plus modeste, plus favorable Ou: <ul style="list-style-type: none"> - Un marketing plus réussi et par là une meilleure utilisation qui permette de capitaliser l'actuelle „Installation High-End“ - Une plus grande efficacité! |

Exemple Vélostation Bollwerk à Berne

| Tool 4 | EST | DOIT ETRE | Amélioration du résultat |
|--|---|---|--|
| Marketing-Mix  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> - Un marketing plus réussi et par là une meilleure utilisation qui permette de capitaliser l'actuelle „Installation High-End“ - Une plus grande efficacité! |

Exemple Vélostation Bollwerk à Berne

| Tool 5 | EST | DOIT ETRE | Amélioration du résultat |
|---|---|---|---|
| Comm. intégrée  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> - Plus de résonance chez de „nouveaux groupes-cible“ - Une plus grande efficacité! |

Conclusions

???

Conclusions

1. Moins d'erreurs !
2. Plus d'utilisation !
3. Une meilleure intégration !

Merci pour votre attention

