

Comment Faire un Plan Marketing et Faire le Marketing de Contenu?

1

Tout d'abord c'est quoi le Marketing?

Tout d'abord on doit retenir que le Marketing est l'une des fonctions de l'entreprise, comme : les fonctions Financières, Comptables, RH, ...

3

Donc c'est une fonction vitale de l'entreprise.

Définitions du Marketing



01

Charles HARBOUN

Le marketing est le moyen qui permet à une entreprise **de répondre aux besoins** de son environnement, tout en assurant **bénéfices et pérennité**.

02

Philippe KOTLER

Un **état d'esprit**, une **méthode** et un **ensemble de techniques** permettant de **conquérir puis de conserver** une clientèle rentable.

03

Pierre FILIATRAULT

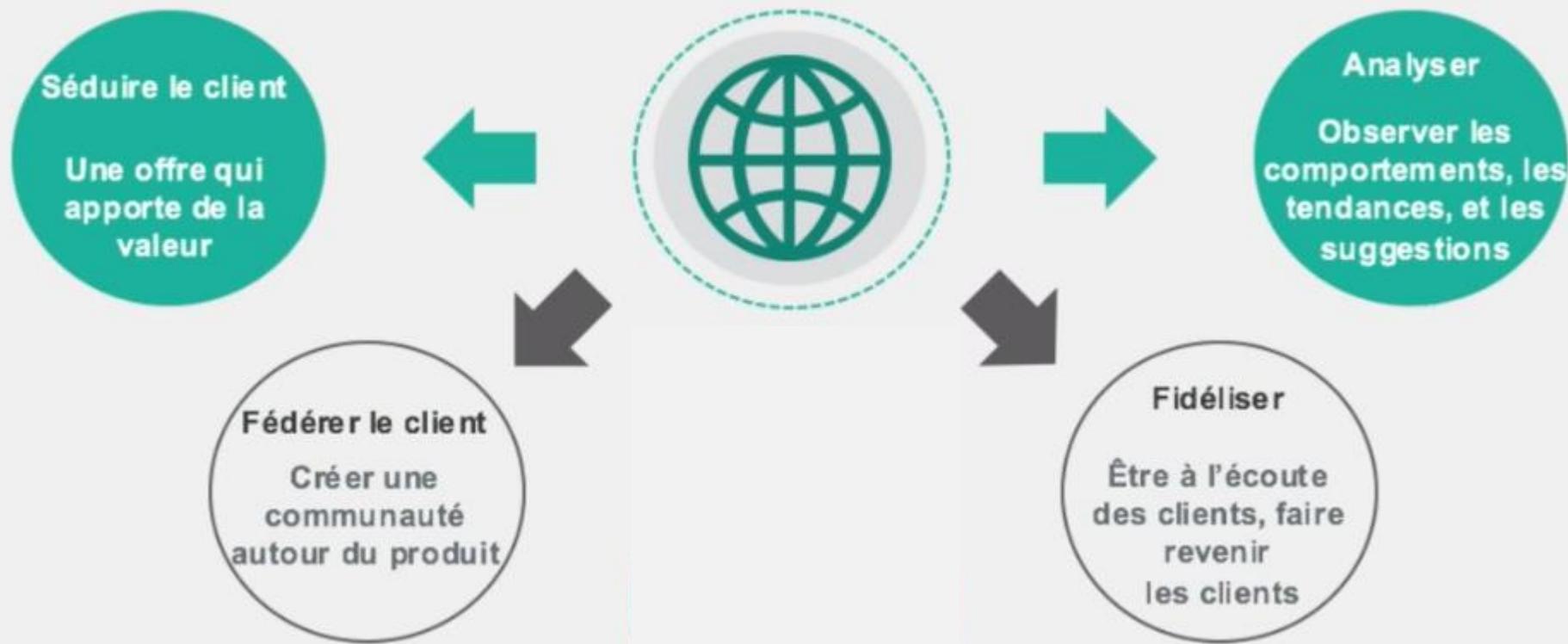
Le marketing est **une démarche** qui consiste en la planification, l'organisation, la mise en œuvre et le contrôle des activités de marketing.

Un état d'esprit, un ensemble de techniques et une démarche qui a pour objectif de conquérir et conserver les clients en satisfaisant leurs besoins et désirs, et ce, en assurant les bénéfices et la pérennité pour l'organisation

Le Marketing est un concept qui a plusieurs définitions, mais il se base sur l'analyse des attentes de consommateurs afin de leur proposer un service ou un produit qui doit correspondre à leurs attentes et leurs besoins tout en assurant les bénéfices et la pérennité de l'organisation.

L'idée est de trouver le juste équilibre entre la satisfaction du client et les performances que l'entreprise doit réaliser.

Rôles du Marketing



Etape 1: Maintenant c'est quoi le Marketing de contenu?

C'est quoi le marketing traditionnel d'abord

**Appeliez vos
Prospects**



**La Publicité
TV ou
Radio**



**Les
Mailings**

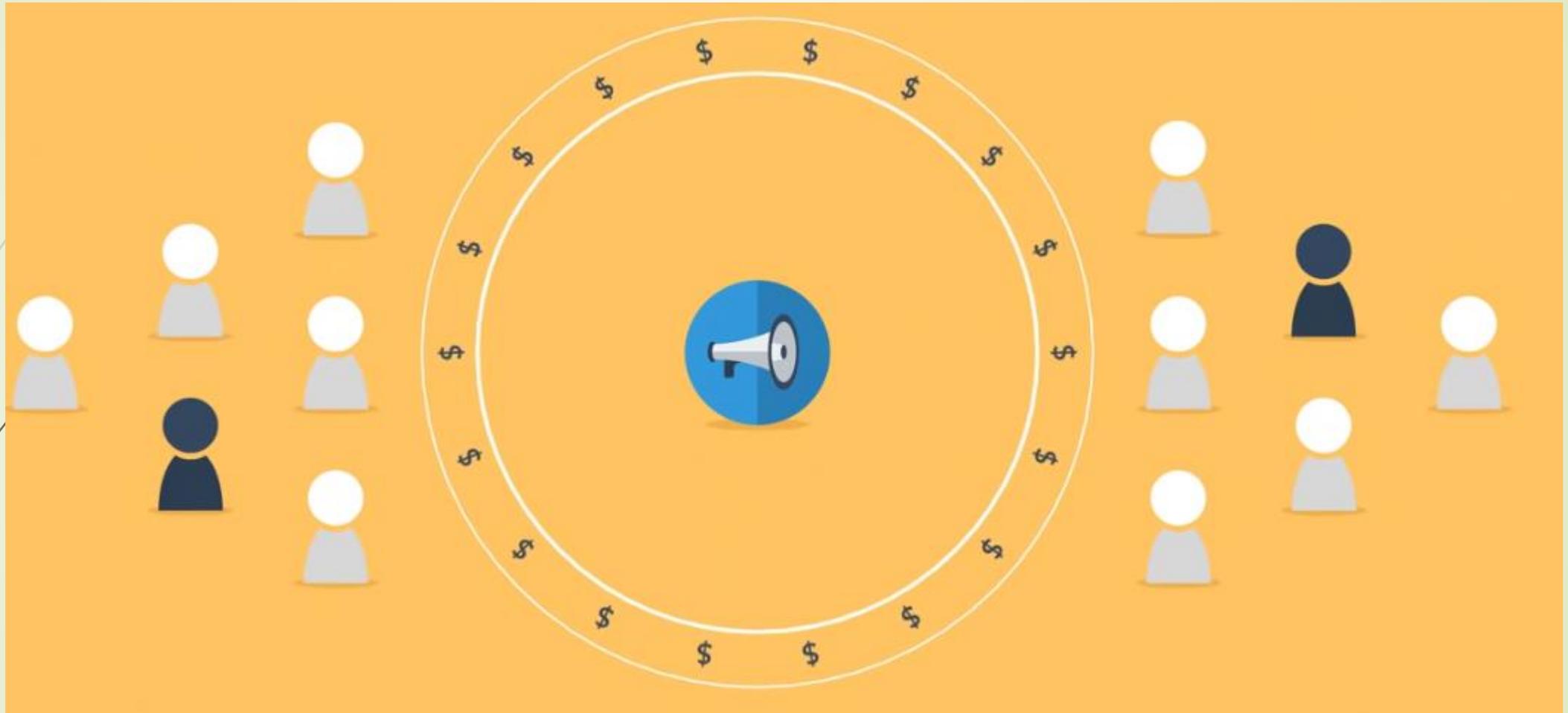


**Les
Journaux
et les
Revue**



Nous ne disons pas que cette stratégie est mauvaise; elle marche mais elle a plutôt des inconvénients considérable comme:

- Il faut de grands budget pour faire circuler le message aux gens
- Sans compter que ces gens ne font pas tous partie de votre cible.
- Certains peuvent être fâcher car le marketing traditionnel est un peu intrusif.



Voilà une illustration

Le Marketing de Contenu est
complètement différents

Au centre du Processus, il y'a :
Les Contenus



Donc cela consiste à créer quelque chose d'utile, d'Interrisants et de divertissants

Cela peut être :

- Une infographie
- Une vidéo, et
- Ainsi de suite

Donc tout ce qui attire naturellement votre prospect, lorsqu'il navigue sur Internet ou sur le réseau sociaux.

L'avantage est qu'il est :

- Moins chers
- plus stratégique
- et moins intrusif

Maintenant comment s'y prendre?

Il y'a 4 Etapes simple



Du contenu adapté à votre cible



et optimisé pour le référencement

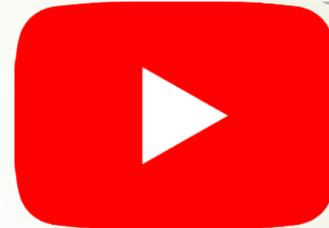


Publier et promouvoir votre contenu



Appel à l'action sur chaque contenu

Voici les outils à utiliser:



WordPress, etc.

Etape 2: Le Plan Marketing

Maintenant dans la Marketing, pour identifier les opportunités de marché (c-à-d déterminer la taille du marché cible et la demande potentiel du produit et service), de fixer les objectifs annuels de votre entreprise, vous devez alors réalisé **un plan Marketing**

Donc après avoir :

- Etablit le bilan de l'activité de l'entreprise
- Etat du marché
- **Les forces** que vous vous appuyer (Ressources possédées et/ou compétences détenues conférant un avantage concurrentiel.)
- Les Faiblesses à améliorer (manque au regard d'un, voire plusieurs facteurs clés de succès ou bien face aux concurrents comme l'absence de la notoriété ou de réseaux ou peut être une mauvaise implantation géographique par exemple et ainsi de suite.)
- Les Risques à tenir compte
- Les Opportunités qu'il y a dans le marché

Définissez votre objectifs:

- Mesurable
- Quantifiable

C'est-à-dire par exemple augmenté votre chiffre d'affaire de 3%

Pour ce qui ne le savent pas, le chiffre d'affaire est la somme des ventes de biens ou de service d'une entreprise. c'est le montant total que l'entreprise dispose (Hors taxes) de l'ensemble des transactions réalisées par l'entreprise avec des tiers dans le cadre de son activité normale et courante.

Déterminer ensuite les axes stratégiques

Un axe stratégique, est un pilier indispensable qui soutient votre objectifs.

Exemple des Axes Stratégiques:

22

- Changer le ciblage peut être d'âge allant de 15 à 25 ans
- Recruter de nouveaux clients en ciblant plus de prospects ou encore fidéliser les clients existant grâce aux réductions
- Ainsi de suite

Maintenant sous chaque axe stratégique vous allez tracés une liste d'activité qui vous allez disposé au cours d'une période pour voir le rendement.



Voilà un exemple

Vous pouvez pour plus d'idée utiliser les plateformes:

<https://www.strategieMarketing.com>

Merci.

Fait par Divin BADIDI KAZIMALI +243 817767357