

Laurent Baudinot

Création d'entreprise



Le positionnement du produit / service

Le positionnement du produit



La réussite d'une entreprise est dépendante des choix effectués par ses dirigeants.

Ces choix composent

la stratégie de l'entreprise

Les grands volets de *cette* stratégie



- Le positionnement concurrentiel
- Les axes de développement
- La segmentation et le ciblage
- Les stratégies marketing

Le positionnement concurrentiel



- Évaluation du domaine d'activité de l'entreprise
- Évaluation de la position concurrentielle de l'entreprise
- Formulation de stratégies adaptées

Les axes de développement



➤ La spécialisation

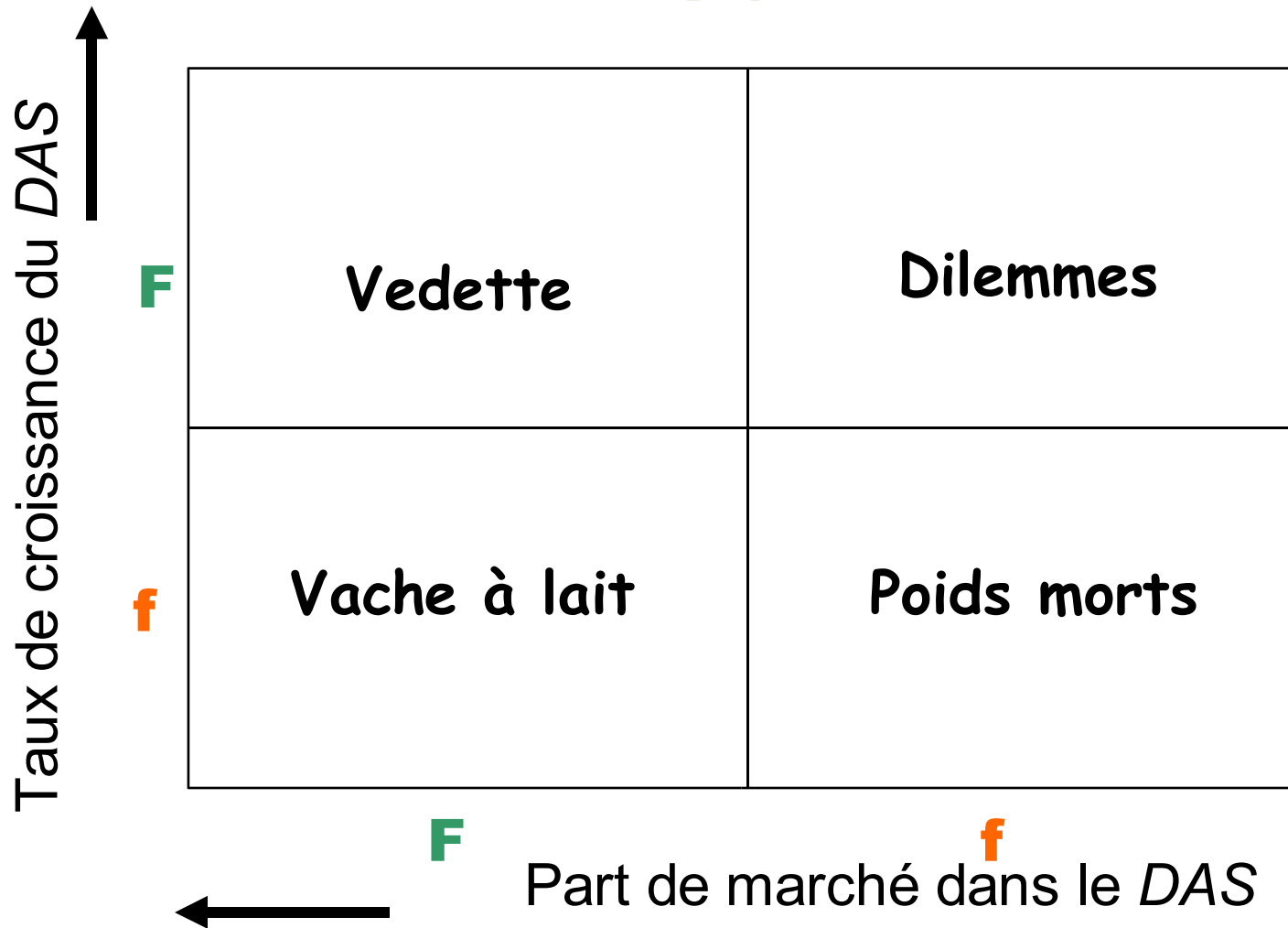
➤ La diversification

La segmentation et le ciblage

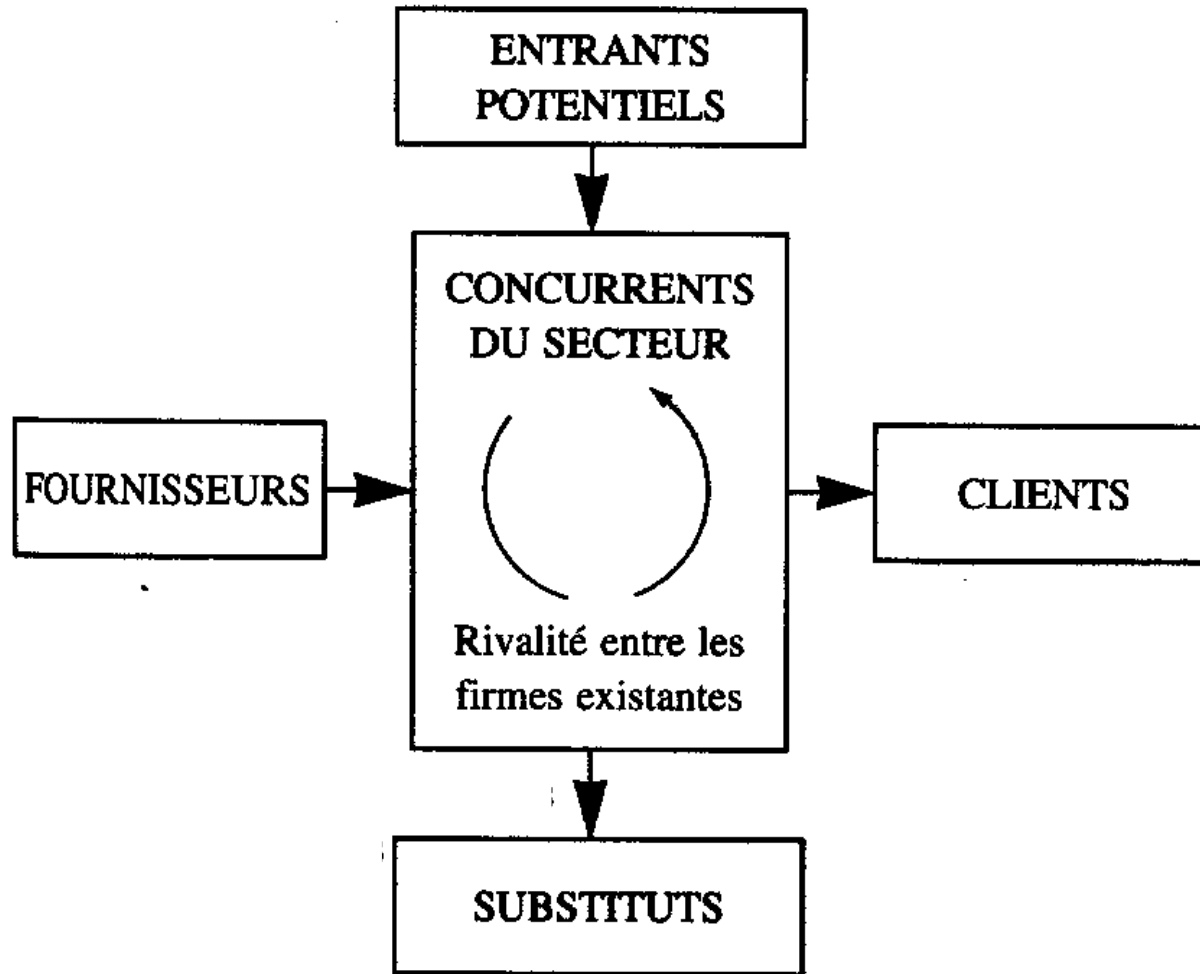


- Évaluation des **segments de marché**
- **Adéquation** à la vocation de l'entreprise
- **Choix d'action** marketing sur les cibles de marché

Le modèle *BCG*



Le modèle de *Porter*



Les stratégies marketing



Positions concurrentielles de l'entreprise

- Dominante
- Forte
- Favorable
- Défendable
- Faible
- Intenable

Positions marketing de l'entreprise

- Leader
- Challenger
- Suiveur
- Spécialiste