

# Marketing mix

**Description succincte:** Afin de déterminer des mesures de marketing concrètes pour ton idée commerciale, nous te recommandons dans une prochaine étape de définir ton marketing mix. Au moyen des quatre P (Product: produit; Price: prix; Place: distribution; Promotion: communication) ou de leur combinaison, tu fixes les conditions de base de ton entreprise pour pouvoir atteindre tes objectifs marketing.

**Consigne succincte:** Pour ce modèle de marketing, nous avons repris quelques questions auxquelles tu peux te consacrer en rapport avec les 4 P. Il ne faut pas forcément répondre à toutes les questions, ni considérer que la liste est exhaustive. Dans le domaine du marketing, le but est de concrétiser ton produit ou ta prestation de services. Remplis ainsi la structure ci-dessous au moyen de mots clés pour ton produit ou ton service: Produit, Prix, canaux de distribution (Place) et communication (Promotion).

Produit	Bloc-notes pour tes réponses ou tes idées
1 Que doit permettre ton produit ou ton service?	
2 Que doit incarner ton produit ou ton service?	
3 Quel est l'argument de vente de ton offre?	
4 Comment se présente le produit et comment est-il	
5 Que fais-tu pour que ton produit/service soit entièrement orienté vers la clientèle?	
6 Quelle est la valeur de ton produit/service aux yeux de la clientèle?	

Prix	Bloc-notes pour tes réponses ou tes idées
<p>1 Quel est le prix que ta clientèle cible accepte de payer?</p>	
<p>2 Quels sont les prix pratiqués par tes concurrents-es?</p>	
<p>3 Quel est ton positionnement par rapport à la concurrence?</p>	
<p>4 Comment te positionnes-tu en termes de prix? <i>(segment de prix supérieur vs segment de prix inférieur)</i></p>	
<p>5 Quelles conditions veux-tu proposer? <i>(escompte, rabais, livraison gratuite, etc.)</i></p>	
<p>6 Quelles économies la cliente ou le client peut réaliser</p>	

Canaux de distribution	Bloc-notes pour tes réponses ou tes idées
<p>1</p> <p>Comment se fait la distribution de ton produit/service?  <i>(vente directe: vente immédiate à la clientèle finale vs distribution indirecte: un ou plusieurs détaillants/grossistes jouent le rôle de maillon intermédiaire)</i></p>	
<p>2</p> <p>Où ton produit/service est-il distribué?</p>	
<p>3</p> <p>Tes canaux de distribution existants sont-ils suffisants? Quels sont les canaux supplémentaires qui</p>	

Promotion	Bloc-notes pour tes réponses ou tes idées
<p>1 Quel est le message clé concernant le produit ou service que la clientèle doit comprendre?</p>	
<p>2 Comment ta clientèle cible s'informe de ton offre?</p>	
<p>3 Quels sont les canaux utilisés par ta clientèle cible?</p>	
<p>4 Où ta clientèle cible rassemble-t-elle des informations pour résoudre un problème?</p>	
<p>5 Comment communiquer avec sa clientèle?</p>	
<p>6 Quelle fonction ta communication doit-elle remplir? <i>(informer, influencer, susciter l'intérêt, etc.)</i></p>	