

DEFINITION D'UN POSITIONNEMENT, REALISATION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

CAS CLIENT

TYPE	▪ PME	TAILLE	▪ 40 SALARIÉS
FORME JURIDIQUE	▪ S.A	CA	▪ 2,8 M€
CRÉATION	▪ 1997	SECTEUR D'ACTIVITÉ	▪ NTIC, E-Learning



→ CONTEXTE & OBJECTIFS

L'entreprise évolue sur un secteur très concurrentiel où les barrières à l'entrée sont faibles. De plus le pouvoir de marché des clients est important. Il est donc nécessaire pour les acteurs d'adopter une stratégie claire et de s'attacher à sa mise en œuvre de façon consciencieuse. L'entreprise, opportuniste, a pris pied sur plusieurs marchés sans réfléchir à la cohérence de ses diverses activités.

Aujourd'hui, l'offre de l'entreprise est difficilement lisible pour les prospects. Elle ne parvient plus à se démarquer de ses multiples concurrents et son chiffre d'affaires stagne.

Dans ce contexte, MCP Marketing a pour mission de rendre de la visibilité à l'entreprise.

Nombre de missions avec ce client: 2
Durée des missions: 3 mois

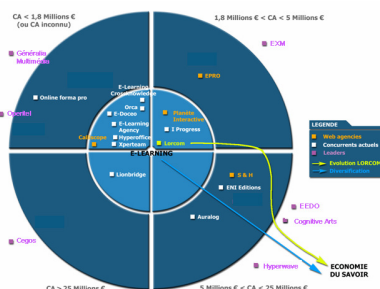
→ DÉMARCHE & RÉSULTATS

MCP Marketing a dans un premier temps défini un positionnement pertinent pour l'entreprise et a ensuite rédigé un kit de communication :

La définition du positionnement passe par une analyse de l'environnement de l'entreprise:

- Analyse du marché (besoin des clients, évolutions prévisibles des besoins, évolution des technologies, mesure du marché)
- Étude de concurrence.

A ce stade nous avons schématisé la place de l'entreprise dans son environnement.

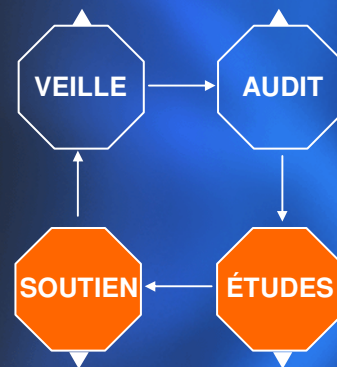


Ensuite MCP Marketing, a formulé la stratégie définie par l'équipe dirigeante. En particulier, nous nous sommes attaché à mettre en relation les 3 activités que l'entreprise avait développées de façon opportuniste au cours du temps. Ensuite, les forces faiblesses, menaces opportunités (SWOT) ont été identifiées.

De là, un positionnement pertinent pour le marché et en phase avec la stratégie définie par les dirigeants a pu être défini.

Afin de faire connaître l'entreprise en général et ce positionnement, MCP Marketing a rédigé un kit de communication. Ainsi, en fonction des occasions, l'entreprise possède une série de textes qu'elle peut utiliser pour rédiger ses supports de communication.

- | | |
|--|--------------------------------------|
| Concurrentielle <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Étude Flash |
| Technologique <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Besoins |
| Réglementaire <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Produits |



- | | |
|---|--|
| Rédaction BP <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> Marché |
| Pilotage opérations <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> Positionnement |
| Rédaction supports <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> Concurrence |
| Coaching / Formation <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Business Model |

www.mcpmarketing.com

Tél . 04.67.60.23.05
Fax . 04.67.55.65.13

Z.A Clément ADER
20 rue des frères Lumière
3 4 8 3 0 J A C O U