

Chapitre 1 – Quels produits ou quels services pour quels besoins ?

Notions :

- Démarche marketing
- Approches marketing
- Étude de marché, veille marketing et commerciale

Rappel :

- Offre : ensemble des entreprises présentes sur le marché.
- Demande : ensemble des consommateurs actuels ou potentiels.

La démarche marketing va permettre à l'organisation de définir son offre, c'est-à-dire les biens et les services qu'elle va proposer.

La démarche marketing comprend plusieurs étapes :

- Connaître le marché : études de marché, veille commerciale, big data ;
- Identifier des besoins ;
- Concevoir une offre qui satisfait les besoins repérés.

1. Comment une entreprise détecte les tendances et les besoins ?

Une entreprise peut réaliser plusieurs actions pour détecter les tendances et les besoins :

- **Étude de marché** : consiste, ponctuellement, à collecter et analyser des informations sur l'offre (concurrents) et la demande (clients) par divers moyens (enquêtes, questionnaire, entretien...).
- **Veille commerciale** : ensemble des outils permettant à une entreprise de se tenir informée en permanence sur l'évolution de son marché (offre, demande, concurrents...). Cela permet de s'adapter rapidement aux changements.

Sources d'informations : vendeurs, distributeurs, enquêtes clients, presse, rapports d'information, évolution de la réglementation, innovations technologiques, données démographiques et économiques, Internet...

- **Big data** : correspond à l'ensemble des données collectées par les organisations notamment sur Internet, sur les sites web des entreprises, sur les réseaux sociaux, lors des passages en magasin...

Le Big data se développe très fortement depuis quelques années. De nombreux Masters se développent dans les domaines du marketing et analyses de données.

2. Quelles sont les différentes approches marketing ?

Types d'approche	Caractéristiques
Approche réactive	L'entreprise propose une offre qui satisfait un besoin existant et déjà exprimé (produire des produits végétariens).
Approche anticipatrice	L'entreprise propose une offre qui répond à un besoin existant, mais non encore exprimé .
Approche médiatrice	L'entreprise associe les clients à la création de la valeur de l'offre soit en les impliquant directement dans la création de valeur, soit en prenant en compte leurs avis.
Approche créative	L'entreprise propose une solution innovante qui crée un nouveau besoin (streaming) .