

NOM :

PRENOM :

**La méthode des cas et le plan marketing**  
**Feuille de réponse à renvoyer à l'enseignant**

## A. ANALYSE DE LA SITUATION ET DIAGNOSTIC

### Etape A-1 : identifier le problème de l'entreprise

--

### Etape A-2 : effectuer le diagnostic SWOT de l'entreprise

Analyse interne :

--

Analyse externe :

--

Commentaires supplémentaires :

--

**Etape A-3 : dégager les objectifs de l'entreprise**

## **B. CHOIX DE LA STRATEGIE MARKETING**

**Etape B-1 : Segmentation du marché = découper le marché du point de vue de la demande, en groupes de consommateurs homogènes.**

**Etape B-2 : ciblage du marché = évaluez la taille de chacun des segments du marché et choisissez celui sur lequel il est plus pertinent que l'entreprise porte ses efforts**

**Etape B-3 : Positionnement de l'offre = déterminez la position adéquat pour l'offre de l'entreprise sur le marché (rappelez la cible, l'univers de référence, et le point de différence du produit)**

## C. DEVELOPPEMENT DU PLAN MARKETING

Etape C-1 : Déterminez les actions à mener sur les variables du mix

**Variable PRODUIT**

**Variable PRIX**

**Variable DISTRIBUTION**

**Variable PROMOTION**