



**Académie Canadienne de
Management et de Technologie**

Cours, certificats et diplômes en ligne



Introduction au Management

Leadership et Gestion

Comptabilité et Finances

Ressources humaines

Éthique des affaires

Chaine d'approvisionnement

Démarrage d'une entreprise

Bases du marketing

Marketing relationnel

Marketing international

Segmentation du marché

Cours gratuit Segmentation du marché en ligne (2020)

Où puis-je télécharger un cours Segmentation du marché en PDF et gratuitement?



Comportement du

consommateur

Marque branding

Commerce international

Droit international

Gestion de la diversité culturelle

Gestion de projet

Gestion de risques

Gestion de la qualité

Contrôle des coûts d'un projet

Gestion stratégique

Gestion des opérations

Gestion de changement

Gestion de produit

Développement du produit

Stratégies de prix

Bases de la comptabilité

Introduction

Découvrez comment et pourquoi la segmentation du marché peut être utilisée pour améliorer la satisfaction client et la performance de l'entreprise.

Je veux le cours complet et le certificat:
"Segmentation du Marché"

Qu'est-ce qu'un cours gratuit d'Introduction en Segmentation du marché en ligne?

Performance financière

États des résultats

Le bilan comptable



Le marketing, c'est mettre le client au centre de l'entreprise. Mais qu'est-ce que cela signifie exactement aujourd'hui ? Et à quels défis les spécialistes du marketing doivent-ils faire face pour satisfaire des clients de plus en plus exigeants à l'ère du numérique ?

Dans ce [cours gratuit en segmentation de marché en marketing](#) en ligne, vous verrez comment les spécialistes du marketing peuvent acquérir un avantage concurrentiel en utilisant la grande quantité de données clients disponibles pour segmenter, cibler et personnaliser les produits pour leurs clients.

Le cours fournit une connaissance approfondie de la segmentation du marché en tant que processus, révélant comment vous pouvez l'adapter pour améliorer la performance de toutes les entreprises.

Comprendre votre marché global

Votre marché global est le groupe de personnes qui peuvent bénéficier de l'utilisation de vos produits et services. Mais parfois, le marché global est si vaste que les efforts de marketing auraient un effet de fusil de chasse, espérant toucher un acheteur plutôt qu'un laser bien ciblé trouvant l'acheteur parfait. Par exemple, un concessionnaire automobile pourrait dire que, quiconque qui possède un permis de conduire, et qui est à la recherche d'une voiture, fait partie de son marché cible. Cela fait beaucoup de gens à qui vous pouvez vous adresser et cela ne vous donne pas grand-chose pour vous différencier de la concurrence.

Lors de la création de votre plan d'affaires ou de l'établissement de votre prochain lancement de produit, identifiez qui sont vos acheteurs cibles. Une fois que vous avez le marché global pour vos produits ou services, divisez ce groupe plus grand en petites sections, appelées segments. Un segment de marché examine les petits groupes pour trouver les besoins spécifiques des consommateurs propres à cette section.

Objectifs de ce cours:

Mener une analyse de segmentation du marché et s'engager dans une stratégie de segmentation du marché à long terme est un parcours complexe et stimulant pour toute organisation. Ce cours vous guide tout au long du processus d'analyse de la segmentation du marché et vous propose un processus en plusieurs étapes qui rend la segmentation de la clientèle efficace et organisée.

Ce cours commence par la décision d'effectuer une analyse de segmentation du marché et se poursuit jusqu'aux dernières étapes de l'évaluation du succès de la stratégie et de la surveillance du marché en vue d'éventuels changements. Nous couvrons également des variables de segmentation telles que la segmentation géographique, la segmentation psychographique, la segmentation comportementale et la segmentation démographique.

Les concepts et les compétences que vous acquerrez dans ce cours sont pertinents dans un large éventail de contextes, tant dans le secteur à but lucratif que dans le secteur non lucratif.

Perspective historique

Le concept de segmentation du marché est devenu d'une importance primordiale dans la théorie du marketing.

Quelles sont ses origines ?

Le concept de segmentation est apparu comme une composante formelle de la pratique marketing contemporaine dans les années 1950. Wedel et Kamakura précisent que « depuis l'émergence du concept à la fin des années 1950, la segmentation a été l'un des sujets les plus étudiés dans la littérature marketing » .

Les spécialistes du marketing contemporain affirment que la segmentation fait partie intégrante des pratiques commerciales contemporaines.

Il est actuellement reconnu que « la segmentation du marché est un élément essentiel du marketing dans les pays industrialisés. On ne peut plus produire et vendre des biens sans tenir compte des besoins des clients et sans reconnaître l'hétérogénéité de ces besoins »

Concept de segmentation du marché

Dans son article du Journal of Marketing de 1956 intitulé « La différenciation des produits et la segmentation des marchés comme alternative aux stratégies marketing », Wendel Smith introduit le concept de segmentation du marché. Il a présenté le concept comme étant « basé sur le développement du côté de la demande du marché et représente un ajustement plus précis de l'effort de produit et de marketing aux besoins des consommateurs et des utilisateurs ».

Le concept de segmentation du marché de Smith a été rapidement adopté en théorie et en pratique et a été développé plus tard par un certain nombre de chercheurs dans les années 1960 et 1970.

Le principe sous-jacent de la segmentation du marché est que les marchés ne sont pas homogènes et qu'il est judicieux de différencier les offres marketing pour différents groupes de clients qui ont des besoins uniques qui nécessitent d'être satisfaits. Il n'y a plus de marchés de masse littéraires. Au lieu de cela, les marketers doivent personnaliser leurs offres aux clients individuels. La segmentation du marché est nécessaire.

Autres thèmes à apprendre dans notre cours complet :

- Être en mesure de faire de la segmentation du marché de façon professionnelle.
- Comment trouver de nouveaux marchés pour votre entreprise.
- Comment faire fonctionner vos données de marché pour vous.

Perspective historique

[Retour au début du cours : Segmentation du Marché en Marketing](#)

Le concept de segmentation du marché est devenu d'une importance primordiale dans la théorie du marketing.

Quelles sont ses origines ?

Le concept de segmentation est apparu comme une composante formelle de la pratique marketing contemporaine dans les années 1950. Wedel et Kamakura précisent que « depuis l'émergence du concept à la fin des années 1950, la segmentation a été l'un des sujets les plus étudiés dans la littérature marketing ».

Les spécialistes du marketing contemporain affirment que la segmentation fait partie intégrante des pratiques commerciales contemporaines.

Il est actuellement reconnu que « la segmentation du marché est un élément essentiel du marketing dans les pays industrialisés. On ne peut plus produire et vendre des biens sans tenir compte des besoins des clients et sans reconnaître l'hétérogénéité de ces besoins ».

Concept de segmentation du marché

Dans son article du *Journal of Marketing* de 1956 intitulé « La différenciation des produits et la segmentation des marchés comme alternative aux stratégies marketing », Wendel Smith introduit le concept de segmentation du marché. Il a présenté le concept comme étant « basé sur le développement du côté de la demande du marché et représente un ajustement plus précis de l'effort de produit et de marketing aux besoins des consommateurs et des utilisateurs ».

Le concept de segmentation du marché de Smith a été rapidement adopté en théorie et en pratique et a été développé plus tard par un certain nombre de chercheurs dans les années 1960 et 1970.

Le principe sous-jacent de la segmentation du marché est que les marchés ne sont pas homogènes et qu'il est judicieux de différencier les offres marketing pour différents groupes de clients qui ont des besoins uniques qui nécessitent d'être satisfaits. Il n'y a plus de marchés de masse littéraires. Au lieu de cela, les marketers doivent personnaliser leurs offres aux clients individuels. La segmentation du marché est nécessaire.

Progression du cours

4%

Leçons

Présentation

- Introduction
- Perspective historique

La segmentation du marché

- Définition de la segmentation
- Avantages de la segmentation
- Critères pour une segmentation efficace

Comment segmenter et cibler les marchés

- Introduction à comment segmenter et cibler
- Segmentation géographique
- Segmentation démographique
- Segmentation géo-démographique
- Segmentation psychographique
- Segmentation comportementale
- VALS

Finies de la segmentation du marché

Vous cherchez une formation complète à distance avec certification?



Vous êtes à la bonne place, car à la fin de ce cours suivi à distance via notre plateforme elearning (formation à distance) de notre [Académie Canadienne de Management et de Technologie](#), vous obtenez gratuitement et automatiquement une certification de réussite après avoir passé un test qui englobe une dizaine de questions sur le cours des bases en Segmentation du marché. Le certificat est obtenu en suivant la formation à distance sur internet. Plusieurs cours y sont disponibles pour quasiment gratuit.

Conclusion

Nous vous avons présenté une introduction au cours de "Segmentation du marché" pour suivre une formation complète, veuillez cliquer sur le lien de l'image **ci-dessous**:

Je veux le cours complet et le certificat:
"Segmentation du Marché"

Cette introduction en Segmentation du marché à télécharger gratuitement en format PDF?



Compétences que vous apprendrez:

- Être en mesure de faire de la segmentation du marché de façon professionnelle.
- Comment trouver de nouveaux marchés pour votre entreprise.
- Comment faire fonctionner vos données de marché pour vous.

Si vous cherchez à télécharger gratuitement les techniques de base en Segmentation du marché en fichier format PDF, je vous invite à cliquer sur le lien de téléchargement ci-dessus. **Que pensez-vous de ce cours gratuit en ligne sur l'introduction en Segmentation du marché?**