

# Marketing PME

Audit marketing,  
accompagnement marketing

Développeur de PME  
ambitieuses !

- Marketing PME facilite la transmission, la pérennité et la création de PME en utilisant des méthodes, techniques et outils marketing adaptés aux PME
  
- Marketing PME conseille et accompagne les PME dans leurs stratégies marketing, permettant
  - Aux chefs d'entreprise
    - De racheter une PME ou de vendre une

- Lors de la vente ou du rachat d'une PME, **Marketing PME** évalue objectivement le potentiel Marketing de l'entreprise

□ → Racheter une PME ou vendre une PME à sa juste valeur

- En phase de développement **Marketing**

## Clients

AOC miel de Corse  
Auer Gianola  
BeAlive  
Campanile  
ECH  
Expression Publique  
Finance TV  
Juriteam avocats  
Lee Cooper  
Lézard Créatif  
Mirada  
Mutuelle Nationale  
Hospitalière  
Petites Affiches

- Marketing PME réalise des audits marketing, plans marketing, plans de communication et accompagne opérationnellement les actions marketing (externalisation du marketing)
- **Marketing PME**, des approches
  - Claires et compréhensibles

Marketing PME, des solutions fiables et adaptées aux problématiques opérationnelles des PME

1

## Diagnostiquer pour évaluer

### Audit Marketing PME : points-clé

1 - Immersion : entretien approfondi avec la direction de la PME.

Points abordés : précisions sur les objectifs, le contenu de l'audit, son degré de détail, les sources de l'étude et le périmètre d'intervention à prendre en compte dans l'audit

2 - Étude : sélection des personnes à interroger (internes, externes), rédaction des guides d'entretien, recueil des informations, analyse des documents fournis.

Points abordés : l'environnement Marketing de l'entreprise, la stratégie Marketing de la PME, le mode d'organisation Marketing, les procédures Marketing, l'analyse de la productivité et de la rentabilité Marketing, les fonctions et les moyens Marketing

3 - Synthèse & rapport d'étude : l'étude fait l'objet d'une synthèse qui vous sera présentée, en vue d'une élaboration de recommandations d'actions / préconisations

2

## Connaître pour agir

### Études Marketing PME orientées action

Études de marché (potentiels de développement, innovations...)

→ Comment s'implanter sur un nouveau marché ?

Études de concurrence (projets, positionnements des concurrents...)



→ Comment connaître les faiblesses de mes concurrents ?

Étude de tests de produits (avant de lancer une offre ou nouveau produit)

→ Comment réduire les risques au lancement ?

Étude de satisfaction, de notoriété...

→ Comment fidéliser ma clientèle ?




Repreneur de PME  
Vendeur de PME  
Entrepreneur de PME  
Investisseur en PME

Entrepreneur  
PME

## 3 Mettre en place, accompagner

### Accompagnement Marketing PME

- 1 - Rédaction et réalisation du plan Marketing ou accompagnement de vos équipes dans la rédaction et la réalisation du plan Marketing
- 2 - Mise en place d'une équipe projet interne ou externe pour le lancement, le développement et la consolidation des actions Marketing ou collaboration avec vos équipes Marketing
- 3 - Accompagnement marketing pour tout ou partie des moyens mis en œuvre.




Repreneur de PME  
Entrepreneur de PME  
Investisseur en PME

## 4 Diagnostiquer pour évaluer

### Dossier de présentation, panorama Marketing PME

- 1 - L'organisation du marché : segmentation marché, concurrence...
- 2 - L'orientation du marché : tendances de consommation, tendances des acheteurs et des fournisseurs, limites éventuelles au développement à contourner...
- 3 - L'affinité entre le marché et la proposition de valeur de l'entreprise (son offre de produits, de services...)
- 4 - Le positionnement Marketing de l'entreprise
- 5 - Les évolutions envisagées pour lesquelles un investissement ou une action est recherché : transmission, création d'entreprise, développement à l'international, nouveaux circuits de distribution...



Vendeur de PME  
Créateur de PME  
Entrepreneur de PME



## Modes de collaboration

Marketing PME : une  
collaboration sur-mesure,  
souple et impliquée !

## Forfait marketing

- Nous nous accordons sur un périmètre d'étude et d'analyse, des délais de livraison
- L'intervention reste budgétairement très cadrée.
  - Ex. [Audit Marketing](#), à partir de [4000€ HT](#)

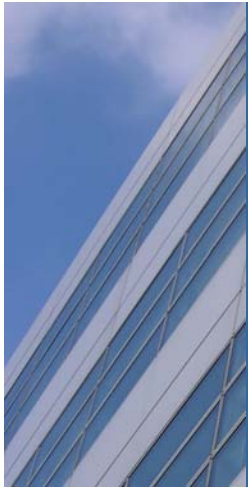
## Régie marketing

- Un spécialiste [Marketing PME](#) intervient dans votre entreprise et uniquement pour vous (s'il s'agit d'un temps plein). La [régie marketing](#) permet une flexibilité des ressources Marketing en accompagnant par exemple un lancement de produit, une transition d'équipe...
- Une manière souple de se placer en mode projet et de disposer d'équipes d'experts.
  - Ex. : intervention d'un [consultant marketing senior](#) sur 20 jours en un mois, à partir de [500€/ jour](#) (brief initial inclus)

## Conseil marketing

« à la carte »

- Vous consultez un spécialiste de [Marketing PME](#) selon vos besoins, à la carte, pour confronter vos idées, envisager des solutions, prendre conseil...
- Du conseil « à la carte », souple
  - Ex. [consulting senior](#) : à partir de [150€/ heure](#). Ce tarif ne comprend pas les recherches éventuelles (dans ce cas, le [forfait marketing](#) est toujours plus intéressant).



# Exemples de problématiques marketing traitées par Marketing PME

- Val Baussenc, hôtel restaurant 3 étoiles
  - Audit marketing de la PME cible
  - Estimation du potentiel marché de la cible
  - Proposition d'actions marketing correctives post achat et réalisation du plan marketing initial
  - Analyse du marché local et sur certaines zones européennes
  - Accompagnement marketing (plan marketing annuel)
  - Gestion de projets marketing : segmentation des cibles extra territoriales, approches prix et services, communication imprimée, site Internet...

## ■ Interventions comprenant études, recommandations et mise en place marketing :

- Winfield, étude et développement du concept de Australian way of life ; élaboration d'un concept de communication différenciant pour ce produit premier prix
- La Brosse et Dupont & Charles Amand : restructuration du linéaire dans ses aspects quali / quanti
- Lee Cooper : analyse de l'univers afin de développer un concept de boutiques chez les jeaners à partir des environnements d'utilisation des produits de la marque
- Enseigne de distribution alimentaire : structuration des marques textile avec la contrainte de couvrir tous les segments tout en affirmant une politique de marque et un positionnement prix agressif
- Mise en place d'un benchmark hôtellerie et restauration
- Campanile : étude concurrentielle et de potentiel pour le menu enfant
- AOC Miel de Corse : refonte des circuits de distribution et de communication

Connaître pour agir

## ■ Mise en place d'outils marketing

- École Centrale d'Hypnose : optimisation du référencement
- Juriteam avocats : outils numériques de communication
- Mirada productions : stratégie de communication Internet, référencement

Accompagner pour rentabiliser

## ■ Analyses sectorielles et marché à orientation prospective en vue de lancements de produits / services

### Internet et télécoms

- La TV sur mobile et xDSL
- Les portails THD
- Les technologies Mesh
- La technologie UMA
- Les agents conversationnels
- Le recyclage des déchets électroniques
- Web 2.0 et application à un groupe de testeur de solutions Internet et télécoms

### Bricolage

- Étude packaging pour ICI (Valentine & Corona) : déterminer les usages de la peinture et examiner comment les faciliter via le pack / emballage / conditionnement

Connaître son marché pour innover

## ■ Recommandation d'outils et de process marketing communication

- Stratégie de motivation et de stimulation réseau pour la Mutuelle Nationale Hospitalière, essentiellement à base d'outils numériques

Dynamiser son réseau commercial

## ■ Analyses de l'environnement marché pour repositionner une entreprise

- École supérieure de Communication
- Leclerc Centres Auto

Repositionner une PME

## ■ Étude de marché à orientation business plan

- Allomaison.fr, expression-publique.fr et vinium.fr : validation du concept marché
- Les Petites Affiches (USA, Europe) : sécuriser le lancement et réduire les coûts de cette BDD destinée à des lobbyistes
- Intégration de nos analyses au business plan des entreprises dans le cadre d'une étude préliminaire au lancement

Valider une idée et réduire les risques au lancement

## ■ Analyse de l'environnement marché et justification d'un potentiel marketing

- Le Léopard Créatif (franchiseur) : dossier marketing de présentation aux investisseurs

Convaincre les investisseurs

## ■ Étude de marché avant accompagnement marketing

- Finance TV : marketing de lancement d'une web TV
- BeAlive : développement de la visibilité & notoriété d'une agence de communication événementielle

Connaître son marché avant d'être accompagné

- Serge-Henri SAINT-MICHEL
- sh.smATmarketing-pme.fr
- Mob. : Zéro six 84 99 85 06
- [www.marketing-pme.fr](http://www.marketing-pme.fr)
- ... c'est en France 😊