

Marketing des Marchés de Niche Urbaine : vegan, bio, sans gluten, cosmétique naturelle et clean beauty

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-des-marches-de-niche-urbaine-vegan-bio-sans-gluten-cosmetique-naturelle-et-clean-beauty

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR95

CATÉGORIE
Marketing de la Halal Economy, Finance Inclusive et Marchés de Niche

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les spécificités et les dynamiques des marchés de niche urbains.
- Identifier les tendances de consommation liées au vegan, au bio, au sans gluten, au naturel et à la clean beauty.
- Segmenter les consommateurs selon leurs motivations, valeurs, usages et comportements d’achat.
- Exploiter les Consumer Insights pour concevoir des offres adaptées aux attentes des consommateurs.
- Développer des produits et services différenciants répondant aux besoins des marchés spécialisés.
- Construire un positionnement et une proposition de valeur à forte valeur perçue.
- Développer une identité de marque authentique et un storytelling crédible.
- Maîtriser les leviers du Marketing Digital, de l’influence et du Community Building.
- Concevoir des stratégies de distribution, E-commerce et Social Commerce adaptées aux marchés de niche.
- Définir des stratégies de pricing, premiumisation et valorisation de l’offre.
- Intégrer les labels, certifications, réglementations et exigences liées aux claims marketing.
- Développer la fidélisation et optimiser la Customer Lifetime Value des consommateurs.
- Exploiter la Data, l’Analytics et l’IA pour personnaliser les offres et piloter la performance.
- Élaborer une stratégie de croissance permettant de développer durablement une marque sur plusieurs marchés de niche.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Dirigeants et fondateurs de marques spécialisées dans les produits vegan, bio, naturels et sans gluten.
- Directeurs Marketing, Brand Managers et responsables stratégie de marque.
- Responsables Innovation, Recherche & Développement et développement produit.
- Responsables Commercial, Business Development et développement de nouveaux marchés.
- Responsables E-commerce, Retail, Distribution et Social Commerce.
- Responsables Digital Marketing, Social Media, Influence et Content Marketing.
- Responsables Consumer Insights, études de marché et connaissance client.
- Responsables Qualité, Réglementation, Certification et conformité des produits.
- Responsables Packaging, Design et expérience de marque.
- Responsables CRM, Customer Experience, fidélisation et Community Management.
- Responsables Pricing, Revenue Management et stratégie commerciale.
- Entrepreneurs et startups développant des produits alimentaires, cosmétiques ou lifestyle de niche.
- Distributeurs, importateurs, retailers et concept stores spécialisés.
- Consultants, experts et professionnels souhaitant développer des stratégies marketing sur les marchés de niche urbains.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing des Marchés de Niche Urbaine

- Comprendre les spécificités économiques, socioculturelles et comportementales des marchés de niche en milieu urbain.
- Identifier les facteurs de croissance des segments vegan, bio, sans gluten, cosmétique naturelle et clean beauty.
- Analyser les dynamiques de consommation, les tendances émergentes et les opportunités de différenciation.

2 / Analyse des Tendances et Identification des Opportunités

- Détecter les nouvelles tendances alimentaires, cosmétiques et lifestyle qui transforment les comportements urbains.
- Analyser les signaux faibles, innovations produits et nouveaux usages susceptibles de créer des marchés.
- Évaluer le potentiel commercial, la concurrence et le niveau de maturité de chaque niche.

3 / Segmentation des Consommateurs de Niche

- Segmenter les consommateurs selon leurs motivations, valeurs, habitudes et critères de choix.
- Identifier les profils vegan, flexitariens, consommateurs bio, sans gluten, clean beauty et natural beauty.
- Construire des personas précis permettant d'adapter les offres et les stratégies marketing.

4 / Consumer Insights et Psychologie des Consommateurs Engagés

- Comprendre les motivations liées à la santé, au bien-être, à l'environnement, à l'éthique et à la transparence.
- Identifier les freins à l'achat : prix, disponibilité, confiance, perception de l'efficacité et accessibilité.

Maroc Performance

- Exploiter les Consumer Insights pour concevoir des offres répondant aux attentes réelles des consommateurs.

5 / Innovation Produit et Conception d’Offres de Niche

- Concevoir des produits répondant aux besoins spécifiques des consommateurs de marchés spécialisés.
- Transformer les tendances de consommation en concepts produits différenciants et commercialement viables.
- Développer des gammes combinant performance, naturalité, qualité, traçabilité et expérience utilisateur.

6 / Positionnement et Proposition de Valeur

- Définir un positionnement clair et différenciant sur des marchés fortement spécialisés.
- Construire une proposition de valeur fondée sur les bénéfices fonctionnels, émotionnels et sociétaux.
- Éviter la banalisation des offres en identifiant des territoires de marque à forte valeur perçue.

7 / Branding, Storytelling et Authenticité des Marques

- Construire une identité de marque cohérente avec les valeurs de naturalité, éthique, santé et durabilité.
- Développer un storytelling crédible autour des ingrédients, origines, savoir-faire et engagements.
- Renforcer la confiance grâce à une communication transparente et à des preuves vérifiables.

8 / Marketing Digital, Influence et Community Building

- Exploiter les réseaux sociaux, créateurs de contenu et communautés spécialisées pour développer la notoriété.
- Concevoir des stratégies d’influence adaptées aux micro-influenceurs et communautés urbaines de niche.
- Transformer les communautés engagées en leviers d’acquisition, de recommandation et de fidélisation.

9 / Distribution, E-commerce et Social Commerce

- Identifier les canaux de distribution adaptés aux produits de niche et aux consommateurs urbains.

Maroc Performance

- Développer des stratégies combinant magasins spécialisés, concept stores, marketplaces et E-commerce.
- Optimiser le Social Commerce et les parcours d’achat omnicanaux pour faciliter la conversion.

10 / Pricing, Premiumisation et Valeur Perçue

- Construire une politique de prix cohérente avec le positionnement et les bénéfices proposés.
- Exploiter la premiumisation pour valoriser la qualité, la naturalité, la traçabilité et l’innovation.
- Analyser la sensibilité au prix et les arbitrages entre accessibilité, marge et valeur perçue.

11 / Labels, Certifications, Réglementation et Claims

- Comprendre le rôle des labels, certifications et référentiels dans la construction de la confiance.
- Encadrer les allégations relatives au bio, au vegan, au sans gluten, au naturel et au clean beauty.
- Prévenir les risques de greenwashing, healthwashing et communications commerciales trompeuses.

12 / Expérience Client, Fidélisation et Customer Lifetime Value

- Concevoir une expérience client cohérente avec les attentes des consommateurs de niche.
- Développer des stratégies de fidélisation fondées sur la personnalisation, la communauté et la confiance.
- Optimiser la Customer Lifetime Value grâce aux programmes relationnels, abonnements et achats récurrents.

13 / Data Marketing, Personnalisation et Performance

- Exploiter les données clients et comportementales pour identifier les segments à plus forte valeur.
- Utiliser l’Analytics et l’IA pour personnaliser les recommandations, contenus et offres.
- Définir les KPI permettant de mesurer acquisition, conversion, rétention, panier moyen et rentabilité.

14 / Stratégie de Croissance et Industrialisation des Marchés de Niche

- Construire une stratégie permettant de passer d’un marché de niche à une croissance commerciale maîtrisée.

Maroc Performance

- Identifier les opportunités d’extension de gamme, de diversification et d’expansion géographique.
- Élaborer une feuille de route intégrant innovation, branding, distribution, digital et performance commerciale.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

15 au 26 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
12 au 23 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 18 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 13 Août 2027	Présentiel - Casablanca
27 Sep. au 08 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés