

Marketing de la Cosmétique et de la Beauté en Afrique : du produit local à la marque continentale

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-cosmetique-et-de-la-beaute-en-afrique-du-produit-local-a-la-marque-continentale

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR108

CATÉGORIE
Marketing du Luxe, Beauté et Artisanat d'Art

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les spécificités et les dynamiques des marchés africains de la cosmétique et de la beauté.
- Identifier les tendances, segments et opportunités de croissance dans les différents marchés africains.
- Analyser les besoins et comportements des consommateurs africains afin de développer des offres pertinentes.
- Transformer les ressources, ingrédients et savoir-faire locaux en produits cosmétiques à forte valeur ajoutée.
- Construire un positionnement, une identité et une architecture de marque capables de soutenir une expansion continentale.
- Développer un storytelling puissant autour de l’African Beauty, de l’origine et des savoir-faire locaux.
- Maîtriser les leviers du Marketing Digital, de l’influence, du Social Commerce et de l’E-commerce.
- Concevoir des stratégies de distribution, de pricing et de premiumisation adaptées aux différents marchés.
- Intégrer les exigences réglementaires, la qualité, la traçabilité et la conformité dans la stratégie de marque.
- Construire des stratégies Go-to-Market permettant de pénétrer progressivement les marchés africains prioritaires.
- Exploiter la Data, le CRM et la Customer Experience pour développer la fidélisation et la valeur client.
- Définir les KPI permettant de piloter la performance commerciale et marketing par marché.
- Développer une stratégie d’expansion régionale combinant distribution physique et canaux digitaux.
- Construire une feuille de route permettant de transformer une marque cosmétique locale en marque continentale africaine.

Maroc Performance

POUR QUI ?

- Dirigeants et fondateurs de marques africaines de cosmétique et de beauté.
- Directeurs Marketing, Brand Managers et responsables Category Management.
- Responsables Innovation, Recherche & Développement et développement produit.
- Responsables Commercial, Export et Business Development international.
- Responsables Retail, Distribution et E-commerce.
- Responsables Digital Marketing, Social Media et Social Commerce.
- Responsables Influence Marketing, Communication et Brand Content.
- Responsables Packaging, Design et expérience de marque.
- Responsables Qualité, Réglementation, Affaires Réglementaires et Certification.
- Responsables CRM, Customer Experience et fidélisation.
- Distributeurs, importateurs, retailers et professionnels de la filière beauté.
- Entrepreneurs et startups africaines souhaitant développer des marques de beauté locales.
- Consultants en stratégie, marketing, branding et développement international.
- Cadres et managers souhaitant accompagner l’expansion d’une marque cosmétique africaine à l’échelle continentale.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing de la Cosmétique et de la Beauté en Afrique

- Comprendre les spécificités des marchés africains de la cosmétique, de la beauté et des soins personnels.
- Identifier les tendances de consommation, les mutations des usages et les nouveaux comportements des consommateurs africains.
- Construire une stratégie marketing permettant de transformer une offre locale en marque à potentiel régional et continental.

2 / Analyse des marchés africains et identification des opportunités

- Analyser les marchés par pays, régions, catégories de produits, pouvoir d'achat et profils de consommateurs.
- Identifier les segments à fort potentiel : soins capillaires, soins de la peau, parfumerie, maquillage, produits naturels et bien-être.
- Évaluer la concurrence locale et internationale afin d'identifier les espaces de différenciation.

3 / Segmentation et connaissance du consommateur africain

- Segmenter les consommateurs selon leurs besoins, habitudes de beauté, revenus, générations et pratiques culturelles.
- Comprendre l'influence des normes sociales, traditions, identités culturelles et tendances internationales sur les comportements d'achat.
- Construire des personas permettant de développer des offres et communications adaptées aux différents marchés.

4 / Innovation produit et valorisation des actifs locaux

- Transformer les ressources, ingrédients, savoir-faire et traditions locales en propositions de valeur modernes.
- Concevoir des produits répondant aux besoins spécifiques des consommateurs africains tout en respectant les exigences de qualité.

Maroc Performance

- Développer une stratégie d’innovation combinant authenticité locale, performance cosmétique et potentiel d’exportation.

5 / Positionnement, identité et architecture de marque

- Construire un positionnement différenciant capable de rivaliser avec les marques internationales.
- Définir l’identité visuelle, les codes de marque, le territoire émotionnel et la proposition de valeur.
- Concevoir une architecture de marque permettant de gérer plusieurs gammes, catégories et marchés africains.

6 / Branding, storytelling et African Beauty

- Construire un storytelling valorisant les cultures, ingrédients, savoir-faire et identités africaines.
- Transformer l’origine africaine en avantage compétitif sans tomber dans les clichés ou l’appropriation superficielle.
- Développer une plateforme de marque capable de créer une connexion émotionnelle avec les consommateurs africains et internationaux.

7 / Packaging, design et expérience produit

- Concevoir des packagings adaptés aux attentes esthétiques, fonctionnelles et culturelles des différents marchés.
- Optimiser les codes visuels, formats, informations produit et expérience d’utilisation.
- Utiliser le design comme levier de premiumisation, de différenciation et de reconnaissance de marque.

8 / Marketing Digital, Social Commerce et influence

- Exploiter Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp et les autres plateformes pertinentes pour développer la visibilité des marques de beauté.
- Construire des stratégies d’influence combinant macro-influenceurs, micro-influenceurs, créateurs locaux et ambassadeurs.
- Développer le Social Commerce et les contenus générés par les utilisateurs pour accélérer l’acquisition et la conversion.

9 / Distribution, Retail et E-commerce panafricain

Maroc Performance

- Identifier les circuits de distribution adaptés : parfumeries, pharmacies, grande distribution, boutiques spécialisées, marketplaces et e-commerce.
- Construire des stratégies omnicanales adaptées aux différents niveaux de maturité des marchés africains.
- Développer des partenariats avec distributeurs, retailers et plateformes digitales pour accélérer l'expansion régionale.

10 / Pricing, premiumisation et stratégie de valeur

- Construire une politique de prix adaptée au pouvoir d'achat, à la concurrence et aux différents segments de consommateurs.
- Développer des stratégies de montée en gamme et de premiumisation des marques africaines.
- Arbitrer entre accessibilité, volume, marge et perception de valeur sur les différents marchés.

11 / Réglementation, qualité et confiance des consommateurs

- Intégrer les exigences réglementaires, sanitaires et de sécurité applicables aux produits cosmétiques sur les marchés ciblés.
- Mettre en place des dispositifs de qualité, traçabilité et contrôle permettant de renforcer la confiance.
- Transformer la conformité, les certifications et la transparence en arguments de différenciation commerciale.

12 / Expansion internationale et stratégie Go-to-Market

- Sélectionner les pays prioritaires et construire une stratégie d'entrée adaptée à chaque marché.
- Définir les modèles d'implantation : export, distributeurs, franchises, partenariats, filiales ou e-commerce transfrontalier.
- Construire des plans Go-to-Market permettant de tester, adapter et déployer progressivement la marque à l'échelle régionale.

13 / Data Marketing, fidélisation et Customer Experience

- Exploiter les données clients pour comprendre les comportements, mesurer la performance et personnaliser les offres.
- Construire des stratégies CRM et fidélisation adaptées aux consommateurs de produits de beauté.
- Optimiser l'expérience client sur l'ensemble du parcours, du premier contact à la répétition d'achat et à la recommandation.

Maloc Performance

14 / Pilotage de la performance et construction d’une marque continentale

- Définir les KPI de notoriété, acquisition, conversion, distribution, fidélisation et rentabilité par marché.
- Construire un modèle de pilotage permettant d’arbitrer les investissements entre pays, canaux et catégories.
- Élaborer une feuille de route permettant de faire évoluer une marque locale vers une marque africaine forte, scalable et compétitive à l’international.

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

16 au 27 Nov. 2026	Présentiel -
18 au 29 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
15 au 26 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
10 au 21 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 16 Juil. 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