

Marketing de la Monetization et de la Tarification Dynamique : optimiser les revenus des plateformes et des services digitaux en Afrique

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-monetization-et-de-la-tarification-dynamique-optimiser-les-revenus-des-plateformes-et-des-services-digitaux-en-afrique

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR142

CATÉGORIE
Subscription Economy, Marketplaces & Modèles Récurrents

Maroc Performance

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✔ Maîtriser les modèles de monétisation applicables aux plateformes et services digitaux.
- ✔ Concevoir des stratégies de Pricing adaptées aux objectifs de croissance et de rentabilité.
- ✔ Maîtriser les principes et mécanismes de la Tarification Dynamique.
- ✔ Exploiter la segmentation comportementale pour personnaliser les offres tarifaires.
- ✔ Concevoir des modèles Freemium, abonnements et stratégies de monétisation hybrides.
- ✔ Optimiser le Pricing des marketplaces et des plateformes transactionnelles.
- ✔ Intégrer le Mobile Money et les spécificités des paiements digitaux africains.
- ✔ Exploiter la Data, l’IA et le Machine Learning pour optimiser les prix.
- ✔ Concevoir des A/B Tests et mesurer l’élasticité-prix des offres digitales.
- ✔ Piloter l’ARPU, la marge, la conversion et la Customer Lifetime Value.
- ✔ Déployer des stratégies de Pricing géographique adaptées aux différents marchés africains.
- ✔ Développer des sources de revenus publicitaires et indirects complémentaires.
- ✔ Encadrer le Dynamic Pricing par une gouvernance transparente, éthique et responsable.
- ✔ Élaborer une stratégie de Revenue Growth et industrialiser l’optimisation des revenus digitaux.

Maroc Performance

POUR QUI ?

- Directeurs et responsables Marketing, Digital, E-commerce et Growth.
- Responsables Pricing, Revenue Management et Revenue Growth.
- Product Managers, Product Owners et responsables de plateformes digitales.
- Responsables Data, Analytics, IA et Business Intelligence.
- Responsables commerciaux et Business Development des entreprises digitales.
- Dirigeants et cadres de Fintech, Mobile Money et services de paiement.
- Responsables de marketplaces et plateformes transactionnelles.
- Responsables monétisation et stratégie des médias et services numériques.
- Entrepreneurs, fondateurs et dirigeants de Start-up digitales africaines.
- Consultants en stratégie, transformation digitale, Marketing et Pricing.
- Responsables Finance souhaitant optimiser les modèles économiques digitaux.
- Data Scientists et Data Analysts intervenant sur les problématiques de Pricing.
- Cadres de groupes panafricains développant des plateformes multi-pays.
- Toute personne impliquée dans la conception, le pilotage ou l’optimisation des revenus de produits et services digitaux.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DE LA MONÉTISATION DIGITALE

- Comprendre les principaux modèles économiques de monétisation des plateformes et services digitaux.
- Identifier les sources de revenus : abonnement, commission, transaction, publicité, Freemium, marketplace et services premium.
- Analyser les spécificités des marchés africains : pouvoir d'achat, usages numériques, Mobile Money et comportements de paiement.

2 / STRATÉGIE DE PRICING DES PRODUITS ET SERVICES DIGITAUX

- Construire une stratégie tarifaire cohérente avec la proposition de valeur et les objectifs de croissance.
- Déterminer le positionnement prix selon la valeur perçue, la concurrence, les coûts et la sensibilité au prix.
- Arbitrer entre acquisition, conversion, rétention et maximisation du revenu par utilisateur.

3 / TARIFICATION DYNAMIQUE ET REVENUE MANAGEMENT

- Comprendre les principes du Dynamic Pricing et les conditions nécessaires à son déploiement.
- Adapter les prix selon la demande, la disponibilité, la saisonnalité, le comportement client et les conditions du marché.
- Concevoir des mécanismes de variation tarifaire permettant d'optimiser volume, marge et chiffre d'affaires.

4 / SEGMENTATION COMPORTEMENTALE ET PERSONNALISATION DES PRIX

- Segmenter les utilisateurs selon leur valeur, fréquence d'utilisation, comportement d'achat et sensibilité au prix.
- Construire des offres et niveaux tarifaires adaptés aux différents segments de clientèle.

Maroc Performance

- Exploiter les données comportementales pour personnaliser les propositions commerciales tout en préservant la confiance client.

5 / MODÈLES FREEMIUM, ABONNEMENTS ET MONÉTISATION HYBRIDE

- Concevoir des modèles Freemium favorisant la conversion des utilisateurs gratuits en clients payants.
- Définir les fonctionnalités, quotas, avantages et niveaux de service associés aux différentes formules.
- Optimiser les mécanismes d'Upselling, Cross-selling et montée en gamme pour augmenter l'ARPU.

6 / PRICING DES PLATEFORMES, MARKETPLACES ET SERVICES TRANSACTIONNELS

- Définir les modèles de commissions, frais de transaction et mécanismes de partage de revenus.
- Optimiser la tarification pour équilibrer l'attractivité des plateformes côté offre et côté demande.
- Adapter les stratégies de monétisation aux marketplaces, Fintech, mobilité, e-commerce et services digitaux.

7 / MOBILE MONEY, PAIEMENTS DIGITAUX ET SPÉCIFICITÉS AFRICAINES

- Intégrer les usages du Mobile Money et des paiements digitaux dans les stratégies de monétisation.
- Adapter les modèles tarifaires aux réalités économiques, devises et niveaux de pouvoir d'achat des différents marchés.
- Concevoir des offres permettant de maximiser l'adoption tout en maîtrisant les coûts de transaction.

8 / DATA, IA ET OPTIMISATION ALGORITHMIQUE DES PRIX

- Exploiter les données historiques, comportementales et contextuelles pour prévoir la demande et optimiser les prix.
- Utiliser l'IA et le Machine Learning pour développer des modèles de recommandation tarifaire.
- Mettre en place des systèmes capables d'ajuster les prix et les offres selon les évolutions du marché.

9 / EXPÉRIMENTATION, A/B TESTING ET ÉLASTICITÉ-PRIX

Maroc Performance

- Concevoir des expérimentations permettant de mesurer l'impact des variations tarifaires sur les comportements d'achat.
- Calculer et interpréter l'élasticité-prix, le taux de conversion, l'ARPU, la marge et la Lifetime Value.
- Utiliser les tests A/B et l'analyse causale pour identifier les niveaux tarifaires les plus performants.

10 / OPTIMISATION DU REVENU, DE LA MARGE ET DE LA CUSTOMER LIFETIME VALUE

- Construire des modèles permettant d'optimiser simultanément chiffre d'affaires, marge, conversion et fidélisation.
- Identifier les leviers permettant d'augmenter l'ARPU, la fréquence d'achat et la Customer Lifetime Value.
- Arbitrer entre croissance du nombre d'utilisateurs, rentabilité et création de valeur à long terme.

11 / PRICING GÉOGRAPHIQUE ET ADAPTATION AUX MARCHÉS AFRICAINS

- Concevoir des stratégies tarifaires adaptées aux différences économiques, culturelles et concurrentielles entre pays africains.
- Intégrer les devises locales, niveaux de revenus, coûts de distribution et comportements de consommation.
- Construire des architectures de prix permettant de déployer une plateforme sur plusieurs marchés tout en préservant sa rentabilité.

12 / MONÉTISATION PUBLICITAIRE ET REVENUS INDIRECTS

- Identifier les opportunités de revenus issues de la publicité, du sponsoring, des partenariats et de la valorisation des audiences.
- Optimiser l'équilibre entre revenus publicitaires, expérience utilisateur et rétention.
- Construire des modèles combinant revenus directs et indirects afin de diversifier les sources de monétisation.

13 / GOUVERNANCE, TRANSPARENCE ET ÉTHIQUE DU DYNAMIC PRICING

- Identifier les risques liés à la discrimination tarifaire, aux biais algorithmiques et à la perception d'injustice des prix.
- Définir des règles de gouvernance garantissant transparence, cohérence et contrôle des mécanismes tarifaires.
- Mettre en place des garde-fous pour concilier optimisation algorithmique, conformité et confiance client.

Maroc Performance

14 / STRATÉGIE DE REVENUE GROWTH ET INDUSTRIALISATION DE LA MONÉTISATION

- Construire une stratégie globale intégrant Pricing, Data, Marketing, Produit, Finance et Customer Experience.
- Définir les KPI de pilotage : revenu, marge, ARPU, conversion, Churn, LTV, CAC et élasticité-prix.
- Élaborer une feuille de route permettant d'industrialiser l'optimisation des revenus des plateformes et services digitaux en Afrique.

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

30 Nov. au 11 Déc. 2026	Présentiel -
12 au 25 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 19 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 14 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 09 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