



Segmentation Marketing

Lien : <https://maroc-performance.com/formation/segmentation-marketing>

 DURÉE
3 jours (21h)

 RÉFÉRENCE
MC24

 CATÉGORIE
Marketing Stratégique

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Maîtriser les principes d'une segmentation marketing
- ✓ Acquérir les principales méthodes de segmentation et ciblage marketing
- ✓ Exploiter ses données clients pour améliorer sa stratégie marketing
- ✓ Optimiser sa segmentation clients et sa stratégie de ciblage
- ✓ Mettre en oeuvre les stratégies et actions retenues en fonction de la segmentation

POUR QUI ?

- ✓ Chargé de marketing
- ✓ Chargé d'étude
- ✓ Responsable marketing
- ✓ Chargé de communication
- ✓ Chefs de produits impliqués dans la segmentation et le ciblage client



Programme détaillé

1 / La notion de marché

- Taille et structure d'un marché
- Les acteurs d'un marché

2 / Les principes d'une segmentation marketing

- Définition et principes de la segmentation
- Les enjeux de la segmentation
- Segmentation stratégique, marchés et clients
- La segmentation stratégique et les critères de segmentation
- Distinction entre segmentation de marché et segmentation de clientèle cible
- Segmentation et stratégie marketing
- Lien entre stratégie et segmentation
- Les critères spécifiques des secteurs B to B et B to C
- La notion de couple produit-marché
- Les types de segmentation (méthodes et domaines d'application)

3 / Réaliser sa segmentation client

- Décrypter la méthode de segmentation clients et ses problématiques
- Identifier les sources et types d'informations accessibles
- Choisir sa méthode de découpage et ses critères de segmentation exploitables

4 / Maîtriser l'élaboration du « mix marketing » après segmentation client

- Bâtir une offre produit/service appropriée à ses clients
- Fixer le prix, définir la distribution, la vente, le SAV
- Etablir la communication avec son audience

5 / Capitaliser sur sa base de données clients

- Dessiner des typologies de clients : ambassadeurs, actifs, inactifs...
- Segmentation PMG, segmentation RFM : analyser sa base de données CRM

6 / Établir sa stratégie de marketing ciblée

- Prioriser les segments à cibler dans sa stratégie marketing
- Concentrée, différenciée, indifférenciée : sélectionner la stratégie de ciblage adaptée à ses segments, objectifs, ressources et compétences

7 / Rentabiliser sa stratégie marketing grâce à sa segmentation clients

- Adapter ses efforts de communication et de promotion selon la rentabilité du segment client
- Définir ses prix selon les segments d'utilisateurs

8 / Mettre en oeuvre le plan d'action commercial et mobiliser les équipes

- Appréhender la nécessité de définir des objectifs cohérents
- Définition de la stratégie menée par son entreprise
- Visualiser le positionnement de son entreprise ou de ses produits dans l'esprit des consommateurs
- Définir un programme d'actions et un budget cohérents à sa stratégie
- Mettre en place un contrôle, un suivi et des actions correctrices

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

 19 au 23 Nov. 2026

 Distanciel

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

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@maroc-performance.com

 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

Document généré le 23/10/2026 — Réf : MC24
Maroc Performance — Tous droits réservés