



# Le marketing pragmatique des entreprises high-tech

## YAPUKA Segmentation du Marché

<b>Objectifs</b>	Consolider la Segmentation Marché Identifier les cibles marché les plus prometteuses pour construire un Go-To-Market efficace
<i>Cadrage</i>	<i>S'applique à une ligne de produits / services et une seule. Dans cet atelier, on traite essentiellement de critères de segmentation du marché, de quantification, de cas d'usage et de différenciation.</i>
<b>Participants</b> <i>ou rôles dans l'entreprise</i>	CEO ou DG Chef Produit Directeur Marketing & Commercial 2 consultants
<b>Pré-requis Client</b> <i>par ordre de priorité de préférence documentés (PDF, PPT...)</i>	Présentation commerciale de l'offre (produit & services)
<b>Atelier n°1</b>	Présentation du marché Présentation des cas clients / projets représentatifs pour l'entreprise Présentation des objectifs business (CA, panier moyen...) Identification des critères pertinents pour la segmentation + proposition de valeur de l'offre par segment + référence / business case  Durée 3 à 4 h
<i>Consultants (hors Ateliers)</i>	<i>Compléments information : analyse quanti sur open data Synthèse des travaux effectués</i>
<b>Atelier n°2</b>	Evaluation quantitative des segments Elaboration d'une première liste représentative de cibles Bonnes pratiques pour la construction des campagnes de prospection  Durée 3 à 4 h
<b>LIVRABLE</b>	Synthèse des travaux : segmentation, plan d'action pour les campagnes de prospection