

Cas introductif : X immobilier

Ce cas est inspiré d'un exemple concret d'une entreprise de forte culture technique et dont le département marketing est de création récente.

Le but de ce chapitre est d'appréhender les concepts et le vocabulaire marketing fondamentaux, en découvrant quels sont les objectifs et les missions du responsable marketing de cette entreprise.

Cas introductif : X immobilier

X immobilier est un promoteur* immobilier
qui a vendu dans l'année : écoulée
7 500 logements neufs à 200 K€ l'un
soit un CA de 1,5 Md €

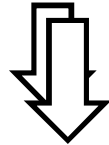
+ activité internationale

*promotion = commercialisation et
construction (sous traitée) de logements
sur des terrains achetés

Mutation de X immobilier :

Avant : démarche orientée production

Terrain ✍ Construction ✍ Recherche de clients



Démarche marketing

Quels clients ? pour quels besoins? ✍ Terrains et Constructions

Missions du marketing de X immobilier :

1) Connaître et anticiper le marché et son environnement, les clients et leurs attentes

1.1) Connaître le marché et son environnement : Etude documentaire et « intelligence marketing »

✍ Marché total : 120 000 logements neufs par an

✍ Concurrents: - YY

- ZZ, ...

✍ Environnements - économique

- socio-culturel

- juridique & fiscal

- technologique, ...

et leurs évolutions (prospective)

Missions du marketing de X immobilier :

1.2) Connaître les clients et leurs attentes :

Etude marketing ✍ « segmentation » de clientèles

Exemple de segmentation:

	Investisseur	Habitant Jeune couple	Habitant Sénior
Novice	S1	S2	S3
Expérimenté	S4	S5	S6

Puis « ciblage » = choix de segments où X peut développer un avantage concurrentiel

Missions du marketing de X immobilier :

2) Concevoir une offre de « Produit »

- **Quels produits adaptés à chaque segment ciblé et avec quel « positionnement » / concurrents? (Product)**
- **A quel prix ? (Price)**
- **Par quels canaux de distribution ? (Place)**
- **Avec quel communication ? (Promotion)**

4P = marketing mix (« marchéage ») de chaque segment

Missions du marketing de X immobilier :

Choix des canaux de distribution et de leur poids relatif:

- **PULL : Points de vente ou publicité « attirant » le prospect**
 - **PUSH : Télévente (marketing direct)**
 - **Directs : Points de vente et commerciaux**
 - **Indirects : Distributeurs (agents immobiliers)**
- + Prescripteurs (conseillers fiscaux)**

Missions du marketing de X immobilier :

Définir la communication de X et de ses produits pour en augmenter la notoriété et l'image :

- **NOTORIETE : % de personnes (dans une cible donnée) déclarant connaître X immobilier spontanément ou « en assisté » (dans une liste de promoteurs)**
- **IMAGE : caractéristiques fortes associées au nom X immobilier et au nom X**

N.B. Cohérence des deux images ?

Missions du marketing de X immobilier :

3) Définir un plan marketing (conquête et fidélisation)

= objectifs de vente argumentés

**+ budget global avec chiffrage des actions marketing
et des autres charges
sur 1 à 3 ans**

En résumé : mission première du marketing =

« MARKETING STRATEGIQUE » :

- 1) Connaître et anticiper le marché et son environnement, les clients et leurs attentes**
- 2) Concevoir une offre de « Produit »**
- 3) Définir un plan marketing**

Missions du marketing de X immobilier :

**4) Participer à la mise en œuvre du plan marketing
et contrôler son efficacité**

= « MARKETING OPERATIONNEL »

Participer à la mise en œuvre...

Exemples ...

- ***Concevoir et orchestrer une campagne de publicité télévisée***
- ***Concevoir et organiser un mailing ciblé couplé avec une opération de télémarketing***

Missions du marketing de X immobilier :

4) Participer à la mise en œuvre du plan marketing et contrôler son efficacité

= MARKETING OPERATIONNEL

... et contrôler son efficacité,

✍ (Anticiper et) mesurer l'efficacité des actions marketing (Retour Sur Investissement, « Return On Investment » = ROI)

exemples :

- *La dernière campagne de publicité télévisée a-t-elle augmenté la notoriété de X ?, amélioré son image? et ... augmenté ses ventes?*
- *Les mailings effectués sur différentes opérations immobilières ont-ils été rentables ?*
- ...