

CAHIER DES CHARGES

Performance marketing

I. Objectifs

Les objectifs de ce cours sont :

- **Evaluer** la pertinence des investissements marketing
 - o Les aspects stratégiques relatifs à la marque (aspects concurrentiels)
 - o Les aspects financiers liés à la performance des activités d'acquisition et de rétention de clientèle (CLTV etc...)
- **Optimiser** le rendement de ces investissements.

Au terme de ce cours, les étudiants devront être capables :

- **Définir** les deux perspectives de la performance marketing : compétitive et financière ;
- **Définir** les indicateurs de performance permettant de mesurer l'efficacité des initiatives marketing sur les deux perspectives ;
- **Expliquer** les options de dynamiques stratégiques et tactiques du marketing mix pour améliorer la performance ;
- **Résoudre** des questions pratiques sur les choix de ces options ;
- **Calculer** le retour sur les investissements, l'impact des initiatives marketing sur la valeur d'un client pendant sa durée de vie, etc... ;
- **Analyser** la performance marketing en utilisant les outils et les indicateurs proposés

II. Démarche pédagogique

30 heures de cours ex-cathedra, d'exercices pratiques et de cases studies.

III. Contenu

Le cours devrait aborder les thèmes suivants :

- 1) Perspectives concurrentielle et financière ;
- 2) Dynamique de la perspective concurrentielle et critères de mesure ;
- 3) Dynamique de la perspective financière et critères de mesure ;
- 4) Fidélisation des clients – Critères de mesure des stratégies ;
- 5) Segmentation et gestion du prix : impacts des stratégies sur le profit et la marge contributive ;
- 6) Gestion du produit : stratégie d'amélioration de performance dans le cycle de vie.
Gestion du canal : impact de la distribution sur la perspective concurrentielle et la perspective financière de la performance marketing ;
- 7) Communication et expérience clients : influence sur la valeur de la durée de vie du client ;
- 8) Outils et supports : exemples pratiques de sélection d'outils de gestion de la performance.

IV. Place dans le cursus

Axe de formation	Marketing
Volume horaire	30h
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français
Crédits	2
Programme	Master GesEnt (jour)

Années d'étude	1 & 2
Obligatoire ou facultatif	Facultatif
Semestre	1 ^{er} semestre
Dernière mise à jour	Avril 2019
