



ACN Editeurs de logiciels  
Module 1 - N° 27563  
**Stratégie Marketing**  
**Pour éditeurs de logiciels**

### Introduction

---

Cette formation, spécialement destinée aux éditeurs de logiciels, permettra de définir une stratégie marketing. Quand la pression concurrentielle est de plus en plus forte, un positionnement précis permet de rendre le marketing opérationnel et l'action commerciale très efficaces. Définir un positionnement consiste à développer une proposition unique de valeur pour une cible.

Les animateurs de cette formation ont une forte expérience du monde du logiciel.

### Moyens pédagogiques

---

- Un support de cours complet
- De nombreux exemples Editeurs de logiciels pour illustrer les concepts
- Des exercices pratiques corrigés sur les cas des entreprises participant à la formation
- Des animateurs ayant une forte expérience du monde du logiciel
- Salles de cours, vidéo projecteur et paperboard

### Objectifs

---

Définir le positionnement d'une offre logiciel sur un marché à partir des savoirs faire de l'éditeur et de ses ambitions. Envisager le plan d'actions marketing et commercial ainsi que l'organisation et les ressources nécessaires.

### Publics concernés

---

Cette formation s'adresse aux personnes ayant une fonction de direction, de responsable marketing et commercial ou de développement business chez un éditeurs de logiciels.

## Prérequis

---

Aucun prérequis. Cette formation sera profitable aux personnes ayant une expérience du secteur du logiciel.

## Programme de la formation

---

### Le marché de l'édition de logiciels et ses spécificités

- Le marché de l'édition de logiciels et ses spécificités
- Tendances et perspectives

### Innovation

- Processus d'innovation et rôle du marketing
- Les domaines de l'innovation
- Exemples de produits ou de solutions innovantes
- Démarche et pratique

### Business Model des éditeurs de logiciels

- Les différents business model des éditeurs de logiciels : Licence, SaaS, Freenium, etc..
- Business Model et stratégie marketing
- Méthode de représentation et d'évaluation de son business model
- Evolution ou transformation du Business Model
- *Exercice Pratique : Représentation des business model des entreprises participantes*

### Marketing stratégique

#### Positionnement d'une offre logicielle ou application

- Pourquoi définir un positionnement
- Eléments à prendre en compte pour son positionnement
- Segmentation et ciblage
- Définition du positionnement de vos offres
- Expression de votre proposition unique de valeur

#### Comportement d'achat vis à vis d'une offre logicielle

- Marché et concurrence
- Les besoins, attentes et comportements clients et prospects
- Diagnostic SWOT, Analyse interne – Forces et faiblesses de l'entreprise
- *Exercice Pratique : Elaboration du positionnement d'une offre*

## Marketing de l'offre: Création de valeur client avec le marketing mix

- La valeur perçue par les clients
- Concept d'offre globale – Produits, services, solutions
- Les déterminants du prix
- Route To Market
- Qualité et satisfaction client
- *Exercice Pratique : Création d'une offre à partir du positionnement défini*

## Plan d'actions marketing et commercial : introduction

- Objectifs et contenu du plan d'actions
- Inbound vs Outbound marketing
- Différents types d'actions marketing pour un éditeur
- Mesure et contrôle

## Organisation marketing et commerciale

- Intégration du marketing et du commerce
- Ressources et organisation