

## **2013 : bonne année et bonne stratégie marketing!**

Dans la sinistrose ambiante, bon nombre d'entreprises et de structures se posent la question du positionnement et de la stratégie marketing à mettre en place.

Depuis la rentrée de septembre 2012, chacun se prépare pour affronter dans un premier temps la fin du monde du 21 décembre puis l'horrible année 2013. Au cours des rendez-vous clients, il revient à chaque fois le sujet du positionnement. « Il va falloir tenir, il faut que je me repositionne ! », « on n'a fait beaucoup de communication et de marketing mais finalement ce n'est pas cohérent, il faut remettre les choses à plat... », « Je veux toucher une nouvelle cible plus jeune mais pour cela je dois poser les choses chez moi ! ».

**2013, année de crise devient 2013 année d'opportunités et d'effervescence incitant à se repositionner, à s'interroger, à optimiser ses outils de communication et à élargir sa visibilité en travaillant des supports qui n'ont pas encore été utilisés.**

Plus que jamais benchmarks, enquêtes en face à face, tables rondes sont des outils marketing clé permettant de collecter des avis, de recenser la perception des forces et faiblesses, d'entendre les besoins en matière d'outils, d'humain, de notoriété...

A partir de cette richesse d'expression, le marketing peut passer à l'acte pour compiler, trier, réfléchir, construire et réinventer une stratégie marketing. A partir de cette stratégie et seulement à partir de là, un plan d'animation proposera des actions à mener avec les outils appropriés.

En cette année particulière, le marketing se doit, plus que jamais, de **planter le décor** et **d'anticiper le plan d'actions** ou plan d'animation pour **développer une visibilité originale et régulière de l'entreprise**. A partir de là la stratégie pourra devenir multi canal pour toucher les bonnes cibles au bon moment.

**La devise marketing 2013 sera donc :**

**“Do the right thing  
at the right time  
with the right tool  
to the right target!”**