

# Adopter et développer une stratégie Low Cost viable les facteurs clés de succès

-Référence: **MR-180**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

## Les objectifs de la formation

- Définir une stratégie Low Cost viable
- Mener l'adoption du modèle Low Cost dans votre entreprise
- Résister à l'arrivée d'un concurrent Low Cost
- S'inspirer des facteurs clés de succès pour mettre en place et lancer une stratégie Low Cost
- Renforcer sa capacité d'innovation pour atteindre ses objectifs
- Intégrer Internet dans l'élaboration d'une stratégie Low Cost

## A qui s'adresse cette formation ?

### POUR QUI :

- Chef de produits, de marchés, de groupes et responsable marketing souhaitant se spécialiser ou toute personne évoluant vers une fonction marketing.

## Programme

- **L'intérêt d'une stratégie Low Cost**
  - Comprendre le changement des consommateurs.
  - S'inscrire dans une logique Low Cost en simplifiant son offre.
  - S'inspirer de l'application du Low Cost à quelques secteurs.
  - Discerner l'innovation de rupture au coeur du modèle Low Cost.
  - Connaître les principes fondamentaux.
  - Examiner les critiques de ce modèle.
  - Réflexion collective Comparaison entre un Business Model classique et un Low Cost.
- **Repenser son mix-marketing sous le prisme du Low Cost**
  - Casser les règles du jeu des modèles existants.
  - Inventorier les caractéristiques du produit ou du service Low Cost.

- Analyser les systèmes de tarification Low Cost.
- Réfléchir aux modes de distribution Low Cost.
- Communiquer à l'heure du Low Cost.
- Réunir les conditions favorables à l'implantation du Low Cost sur un marché.
- Etude de cas Le mix-marketing d'acteurs historiques du modèle Low Cost.
  
- **Faire face à l'arrivée d'un concurrent Low Cost sur son marché**
  - Se poser les bonnes questions et envisager les recours.
  - Riposter en contrant le nouvel acteur sur son propre terrain.
  - S'organiser autour d'une filiale à part entière.
  - Améliorer sa proposition de valeur de son produit/service.
  - Satisfaire les besoins exprimés des clients.
  - Se projeter dans un avenir proche et anticiper les nouvelles opportunités Low Cost.
  - Réflexion collective Comment créer de la valeur face à un concurrent Low Cost ?
  
- **Les facteurs clés de succès d'une stratégie Low Cost**
  - Attirer immédiatement l'attention du client.
  - Elaborer une offre prix radicalement basse.
  - Se concentrer sur l'essentiel au niveau des produit/services proposés.
  - Mettre en place un mode alternatif de distribution.
  - Apprendre l'art de générer du "média gratuit" pour votre communication.
  - Etablir une organisation agile et courte.
  - Identifier les clés du succès d'entreprise Low Cost.
  - Travaux pratiques Repenser son offre et son mix marketing en fonction des règles que doit respecter un acteur Low Cost pour réussir.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :  
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30  
Casablanca 20340, Maroc