



ool life.com

MOMA
START UP EVENT

1. IDENTIFICATION DE MARCHÉ ET ANALYSE SWOT.

2. IDENTIFICATION DES CLIENTS (SEGMENTATION).

3. CONCURENENTS.

4. DEFINIR STRATEGIE COMMERCIALE.

Le marché envisagé

Marché de tourisme – sport – loisir.

S

- Facilité
- Rapidité
- Simplicité
- Recherche par mot clé
- Service pour les pers. Incapées
- Ouverture à l'international

W

- Beaucoup des concurrents
- Faible sécurité législative

O

- Le marché en croissance
- La possibilité de partenariat

T

- Faible sécurité législative
- Difficulté de gestion
- Risque de dépendance

Identification des clients (segmentation) :

Touristes



Familles



Etudiants



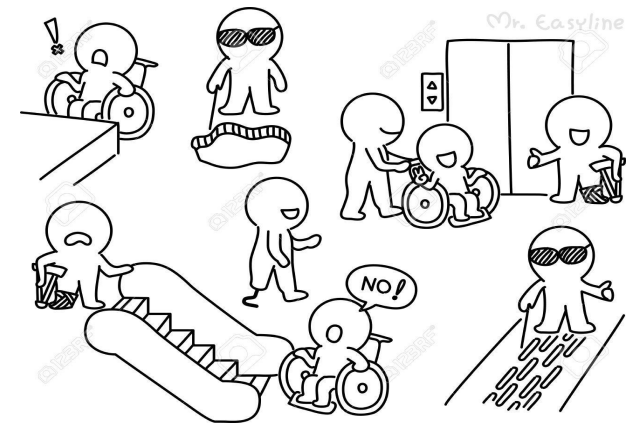
Personnes âgées

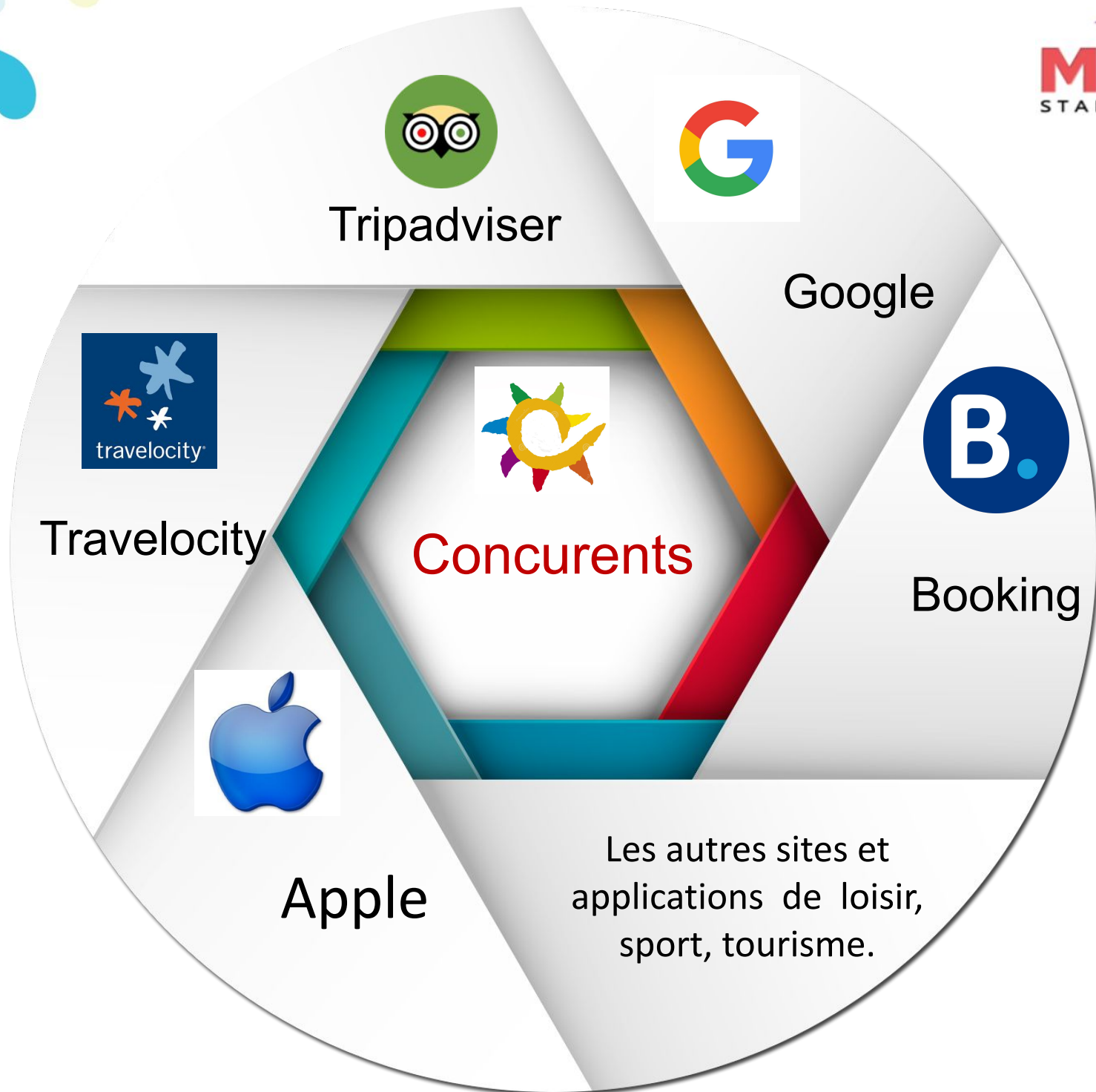


Jeunes



Personnes handicapées





Strategie commerciale



Facebook
Media
Prospectus

Добро пожаловать на PowerPointBase.com!

Добро пожаловать на PowerPointBase.com!

Добро пожаловать на PowerPointBase.com!

Добро пожаловать на PowerPointBase.com!



Добро пожаловать на PowerPointBase.com!

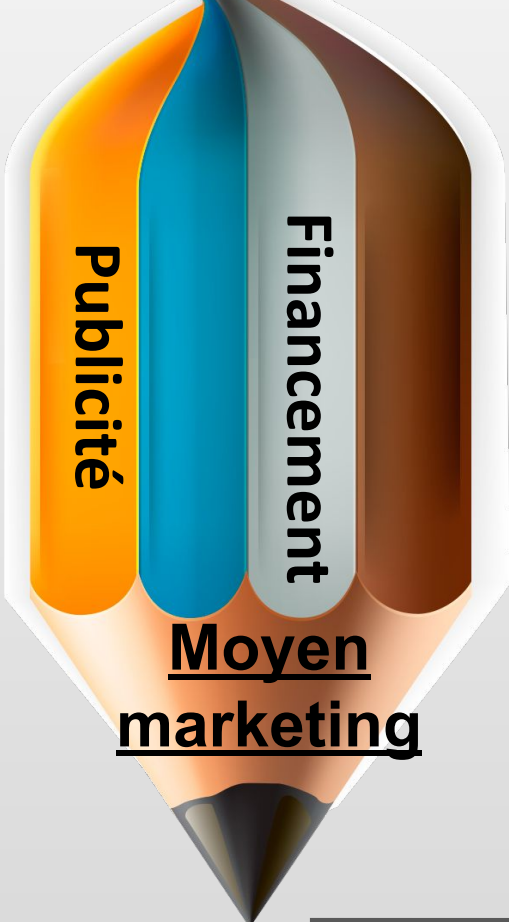


Добро пожаловать на PowerPointBase.com!

IDEA 03

IDEA 04

01 02 03 04



Publicité

Financement

Moyen
marketing



Strategie commerciale

Moyen marketing et commerciaux

