

Mandat pratique

Définir les caractéristiques du groupe cible

Compétence opérationnelle c4: Mettre en œuvre des activités de marketing et de communication

Situation initiale

La base d'une communication réussie est toujours de pouvoir se mettre à la place de l'autre. Cela signifie que tu réfléchis aux personnes auxquelles s'adressent tes contenus de communication et aux caractéristiques de ces personnes. Tes contenus de communication auront beau être très bien pensés, s'ils manquent le groupe cible, ils n'ont aucune valeur. C'est pourquoi il est important que tu réfléchisses toujours en premier lieu à qui tu veux t'adresser et quelles sont les caractéristiques de ce groupe cible. Voici précisément ce à quoi tu peux t'exercer avec ce mandat pratique.

Mission

Sous-tâche 1: Avec l'aide d'un(e) supérieur(e), cherche un produit ou un service approprié de l'entreprise, à partir duquel tu pourras définir le groupe cible.

Sous-tâche 2: Effectue une analyse systématique du groupe cible pour ce produit ou ce service.

Découvre à qui ce produit ou ce service s'adresse. Quelles sont les caractéristiques du groupe cible et en quoi le produit ou le service est-il adapté à ce groupe?

Prends également en compte d'autres points pertinents pour une analyse du groupe cible dans ton entreprise.

Sous-tâche 3: Crée une vue d'ensemble qui montre les caractéristiques du groupe cible.

Sous-tâche 4: Documente et analyse tes résultats dans ton dossier de formation.

Conseils pour la solution

Les caractéristiques du groupe cible sont par exemple: âge, situation familiale, profession, revenus, etc.

Organisation

Exécute ton mandat pratique dans le cadre de ton travail quotidien à partir d'un cas concret ou d'une situation rencontrée dans la pratique.

Selon le travail à effectuer, il te faudra entre 30 et 90 minutes pour documenter ta démarche.