

# PRICING POWER

## L'INFLUENCE DECISIVE DU MARKETING STRATEGIQUE



LETTRE N° 45 : SEPTEMBRE 2018

**Comment valoriser une marque dans la durée ? En pilotant finement le marketing stratégique, avec l'aide des réseaux sociaux notamment, afin de constituer des barrières à l'entrée qui auront raison de la concurrence.**

Au fil des ans, le marketing stratégique qui se définit comme « l'ensemble des actions qui permettent de positionner l'offre produits-services de l'entreprise en adéquation avec la demande des clients » a pris une place vitale dans la stratégie des entreprises. Nous sommes bien placés pour savoir que, parmi les sujets de marketing stratégique, les questions de « PRICING » relèvent désormais de la plus haute importance. Nous pensons qu'un groupe qui dispose d'un marketing stratégique efficace peut bâtir des barrières à l'entrée très efficaces ; d'autant que de l'aveu même de ces groupes, créer une marque ex-nihilo devient quasiment impossible. En effet, la force des marques établies leur autorise une couverture énorme sur les réseaux sociaux.

Prenons l'exemple des spiritueux : nous sommes actionnaires du brasseur belge AB INBEV car nous souhaitons bénéficier de la force de frappe marketing du groupe ainsi que de la « prémiumisation » des marques globales de la compagnie qui n'en est qu'à ses débuts. STELLA ARTOIS, BUDWEISER, CORONA restent des marques dont le potentiel n'a pas été encore exploité pleinement au niveau international. De même, CAMPARI, avec le SPRITZ, s'impose au niveau international sur le créneau du cocktail « do it yourself ». Ainsi d'une boisson vendue exclusivement en période estivale, CAMPARI en a fait un cocktail qui se boit tout au long de l'année, y compris sur les terrasses des stations de ski à la mode... Pour autant, toutes les marques ne parviennent pas à changer les habitudes de leurs consommateurs. A titre d'exemple, il n'est pas sûr que COINTREAU (groupe REMY COINTREAU) parvienne à installer sa boisson comme le fait GRAND-MARNIER (groupe CAMPARI).

### **Kering : des influenceurs clés sur Instagram**

Dans le secteur du luxe, on sait que KERING dédie des moyens et des équipes au suivi du comportement de ses clients et prospects sur INSTAGRAM car il est possible d'établir des corrélations entre les « like » des internautes et les succès futurs des produits des marques du groupe ! L'industrie automobile n'est pas en reste. Ainsi, DAIMLER est parvenu au fil des ans à conserver une image très forte en haut de gamme tout en vendant de plus en plus de poids lourds grâce à une segmentation des produits très fine et très efficace. SIXT use de la même stratégie et dispose ainsi d'une flotte haut de gamme deux fois plus importante en proportion que les loueurs traditionnels tout en louant des véhicules légers utilitaires sans que son image n'en soit altérée...un vrai talent marketing.

En conclusion, la gestion de la marque est devenue vitale. En développant leurs ventes, les marques courent le risque d'une « perte de valeur » qui s'accroît notamment si les promotions sur internet ne sont pas maîtrisées. Le savoir-faire discriminant de certains groupes dans ce domaine leur permettra de prendre des parts de marché sans que cela ne se fasse au détriment de leur marge. Une vraie source de PRICING POWER ...

GERARD MOULIN

Ce document est exclusivement conçu à des fins d'information. Il ne constitue ni un élément contractuel, ni un conseil en investissement, ni une offre pour acheter ou vendre quelques placements spécifiques. Du fait de leur simplification, les informations contenues dans ce document sont partielles. Elles peuvent être subjectives et sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Toutes ces données ont été établies de bonne foi sur la base d'informations comptables ou de marché. Les données comptables n'ont pas toutes été auditées par le commissaire aux comptes. Les personnes qui viendraient à se trouver en possession de ce présent document sont invitées à la demande d'Amplegest à se renseigner et à respecter toutes les lois et règlements applicables relatifs à la possession ou à la distribution de tels supports d'information.