

CHAPITRE 10

La Politique de Produit

Le produit est le premier et le plus important élément du Marketing Mix. Concevoir l'offre qui délivre la valeur au client.

Le Cœur du Business

Après avoir défini notre stratégie et notre positionnement, nous devons concevoir le produit qui **incarnera cette promesse**.

"Si le produit est médiocre, aucune campagne publicitaire ne pourra sauver votre entreprise !"



Les 5 Niveaux de Produit

Axe 1 : Comprendre la hiérarchie de la valeur client

La Structure de l'Offre



1. Bénéfice Central

L'avantage fondamental recherché par le client (ex: le sommeil dans un hôtel).



2. Produit Générique

L'offre de base avec ses composants matériels indispensables (lit, salle de bain).



3. Produit Attendu

Les attributs que le client s'attend normalement à trouver (Wi-Fi, propreté).



4. Produit Augmenté



5. Produit Potentiel

Classification des Produits

Axe 2 : Segmenter l'offre selon l'effort d'achat

Types de Biens de Consommation



Produits de Commodité

Articles de consommation courante (Lait, pain). L'achat est fréquent avec un minimum d'effort et de comparaison.



Produits d'Achat Réfléchi

Biens nécessitant une comparaison sur le prix et la qualité (Téléphone, réfrigérateur, formation IGISEM).



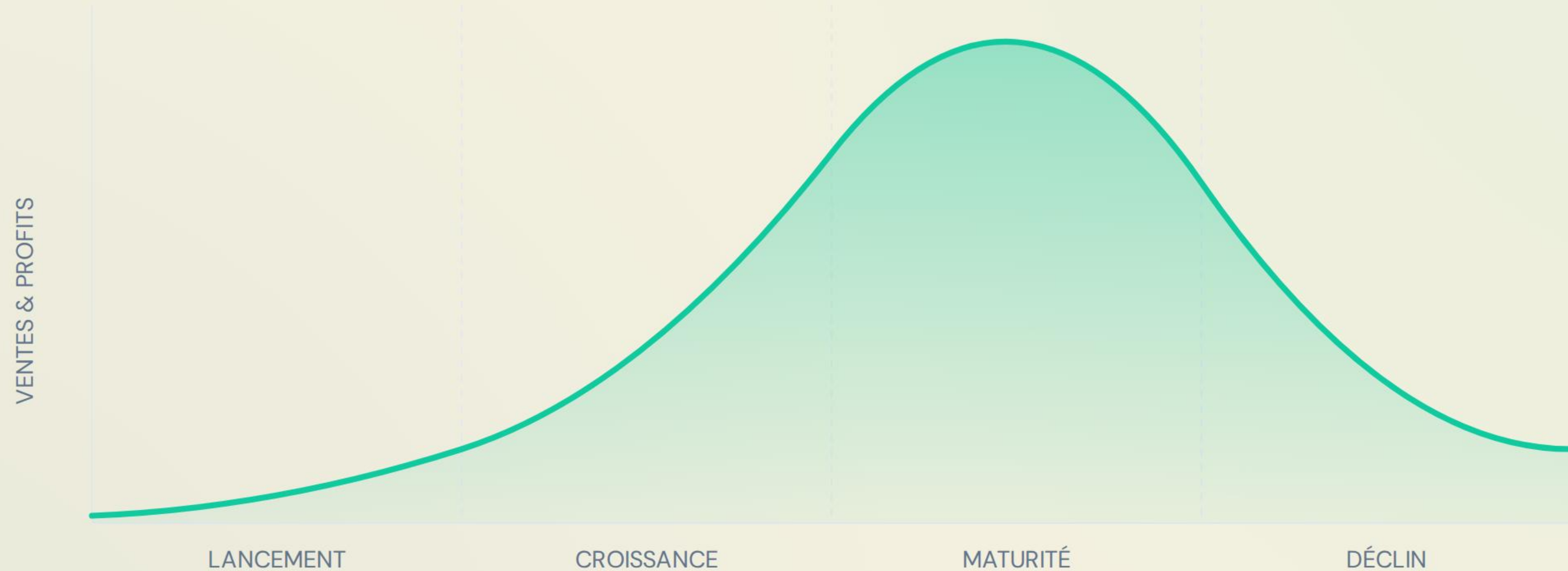
Produits de Spécialité

Produits avec des caractéristiques uniques ou une marque forte (Montres de luxe). Le client fait un effort spécifique.

Le Cycle de Vie du Produit (CVP)

Axe 3 : Piloter la performance dans le temps

Les 4 Étapes du CVP



Chaque étape nécessite une stratégie marketing adaptée : du lancement coûteux à la maturité rentable, jusqu'au déclin inévitable.

Packaging & Services

Le **Packaging** est le "vendeur silencieux" de votre marque. Il doit protéger, informer et séduire instantanément.

Les **Services associés** et l'accompagnement client ne sont pas des options ; ils sont les piliers de la valeur augmentée qui garantissent la satisfaction à long terme.



Conclusion

Le produit est le fondement de votre business. Il crée la valeur réelle et durable pour vos clients.

Prochain chapitre : La politique de Prix (Le Prix).



IGISEM – Excellence & Innovation

Image Sources



https://www.imd.org/wp-content/uploads/2025/05/AdobeStock_1129735192-transformed-1-1-scaled.jpeg

Source: www.imd.org



<https://www.designerpeople.com/wp-content/uploads/2025/01/2.webp>

Source: www.designerpeople.com