



RÉSUMÉ

Legoux R. (2016) « vendre » le codéveloppement : quelques principes marketing
In Le Codéveloppeur Vol 2 no 1

Renaud Legoux, professeur de marketing à HEC Montréal, présente sa perspective de spécialiste sur la manière de « vendre » le groupe de codéveloppement à ses différents publics cibles selon les principes éprouvés du marketing.

Le groupe de codéveloppement est une approche très versatile qui peut être utilisée avec plusieurs types de personnes. Mais ce qui en fait sa force dans la pratique présente aussi un écueil quand vient le temps d'en faire le marketing. Après avoir énoncé quelques principes de base en marketing de produits, cet article propose des stratégies de marketing qui pourraient faciliter le positionnement du groupe de codéveloppement auprès de ses divers publics cibles. Les trois principes sont : Adapter le message en fonction du client; Positionner son produit, un bénéfice à la fois; Positionner le produit en fonction des cibles potentielles