

MODULE

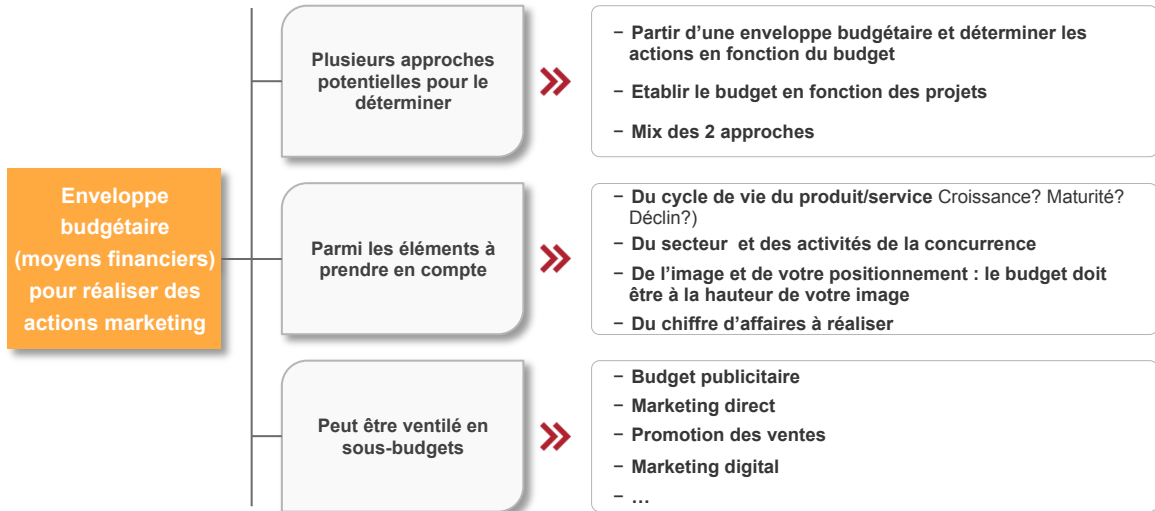
> MARKETING

THÈME 10

> BUDGET MARKETING



1. Qu'est-ce que le budget marketing ?
2. Différentes composantes du budget
3. Différentes méthodes d'élaboration du budget
4. L'intérêt du contrôle du budget
5. Points à retenir...



Budget marketing global

- > Vision d'ensemble des coûts de la stratégie marketing
- > Ligne directrice

Budget marketing produit

- > Budget directement lié aux produits ou services à commercialiser

Budget content marketing

- > Budget nécessaire à la production de contenu
- > Généralement, établi dans les entreprises BtoB

Budget publicité

- > Cibler les clients potentiels
- > Insertions/campagnes publicitaires

Budget branding

- > Budget pour construire/renforcer la notoriété

Budget événement

- > Préviation des coûts des événements à organiser

Plusieurs méthodes d'élaboration du budget marketing

En % du chiffre d'affaires



- > Pourcentage des ventes mis de côté pour le budget
- > Bonne base de départ lorsque l'entreprise manque de recul

Par activité



- > Le budget est calculé en fonction des coûts de chaque activité
- > Les coûts sont mis en relation avec les gains et la création de valeur
- > Présenter des budgets réalistes et cohérents avec le retour sur investissement

En fonction du marché ou de la concurrence



- > Budget calculé en fonction des pratiques du secteur ou de la concurrence
- > Permet de s'aligner sur les pratiques du secteur (lorsque l'entreprise en a les moyens)

Le contrôle budgétaire

- Repose sur une comparaison régulière entre les réalisations et les prévisions
- Permet de relever des écarts et déterminer leurs causes

Comparaison
régulière

Budgété vs
réalisé

Rapidité
d'exécution et
efficacité

Mesures
correctrices

Définition	Composantes du budget marketing	Exemples de méthodes d'élaboration et contrôle du budget	Intérêt du contrôle
> Fixé selon différentes approches > Dépend de plusieurs éléments (secteur, cycle de vie du produit...) > Peut être ventilé en sous-budgets	> Budget marketing global > Budget marketing produit > Budget publicitaire > Budget branding > Budget événement	> En % du chiffre d'affaires > Par activité > En fonction de la concurrence	> Comparaison prévisions/ réalisations > Correction des écarts