

Marketing de l'Aéronautique et de la Défense : conquérir les marchés africains et moyen-orientaux depuis le hub

Lien : https://innov-maroc.com/formation/marketing-de-laeronautique-et-de-la-defense-conquerir-les-marches-africains-et-moyen-orientaux-depuis-le-hub

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR103

CATÉGORIE
Marketing Industriel, Énergie, Mines et BTP

INNOV MAROC

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les spécificités du Marketing Aéronautique et de Défense sur les marchés africains et moyen-orientaux.
- Analyser et prioriser les marchés présentant le meilleur potentiel commercial et stratégique.
- Identifier et segmenter les grands comptes, décideurs institutionnels et parties prenantes clés.
- Construire une proposition de valeur différenciante adaptée aux besoins aéronautiques, militaires et industriels.
- Concevoir une stratégie de conquête régionale structurée autour d’un Hub commercial et opérationnel.
- Maîtriser l’Account-Based Marketing appliqué aux grands comptes institutionnels et industriels.
- Développer des stratégies de relations institutionnelles, partenariats locaux et influence sectorielle.
- Exploiter le Marketing Digital, la génération de leads et le nurturing pour soutenir des cycles de vente complexes.
- Optimiser la participation aux salons, événements et démonstrations pour accélérer les opportunités commerciales.
- Valoriser les services MRO, formation, maintenance et support comme leviers de fidélisation.
- Intégrer les enjeux de conformité, réglementation, export control et gestion des risques dans la stratégie marketing et commerciale.
- Construire des stratégies de pricing, financement et contractualisation adaptées aux marchés ciblés.
- Piloter la performance commerciale à travers des KPI de pipeline, conversion, rentabilité et valeur client.
- Élaborer une feuille de route d’expansion permettant de conquérir durablement les marchés africains et moyen-orientaux depuis un Hub régional.

INNOV MAROC

POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Marketing B2B.
- Directeurs commerciaux et responsables Business Development.
- responsables grands comptes et Strategic Account Managers du secteur aéronautique et défense.
- Responsables Export, International Business Development et marchés émergents.
- Responsables Marketing et Commercial des constructeurs aéronautiques et équipementiers.
- Responsables MRO, maintenance, services aéronautiques et support opérationnel.
- Responsables des ventes auprès des gouvernements, forces armées et institutions publiques.
- Responsables Partenariats, Alliances stratégiques et développement de réseaux locaux.
- Responsables Communication, Relations Institutionnelles et Affaires Publiques.
- Responsables Stratégie, Expansion Internationale et implantation régionale.
- Consultants en stratégie, défense, aéronautique, commerce international et développement de marchés.
- Dirigeants d’entreprises souhaitant développer leurs activités aéronautiques ou de défense en Afrique et au Moyen-Orient.
- Managers de filiales, hubs régionaux et bureaux de représentation sur les marchés africains.
- Professionnels souhaitant structurer une stratégie de conquête B2B/B2G sur des marchés aéronautiques et de défense à forte complexité.

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing Aéronautique et de Défense

- Comprendre les spécificités des marchés aéronautiques, de défense et de sécurité dans les régions africaines et moyen-orientales.
- Identifier les cycles de vente longs, les processus d'acquisition publics et les multiples parties prenantes propres à ces secteurs.
- Construire une stratégie marketing adaptée aux environnements B2B, institutionnels et gouvernementaux.

2 / Analyse des marchés africains et moyen-orientaux

- Évaluer le potentiel des différents marchés selon les besoins en aéronautique, défense, sécurité et technologies duales.
- Identifier les tendances d'investissement, programmes d'équipement, infrastructures et priorités stratégiques des pays ciblés.
- Construire une matrice de priorisation des marchés selon leur potentiel commercial, accessibilité et niveau de concurrence.

3 / Segmentation des clients et décideurs stratégiques

- Identifier les forces armées, ministères, autorités aéronautiques, compagnies aériennes, opérateurs et acteurs industriels pertinents.
- Cartographier les décideurs, prescripteurs, utilisateurs, partenaires locaux et autres parties prenantes.
- Segmenter les comptes selon leur potentiel, leurs besoins, leur maturité et leur cycle d'acquisition.

4 / Stratégie de positionnement et proposition de valeur

- Construire une proposition de valeur différenciante pour les solutions aéronautiques, de défense et de sécurité.

INNOV MAROC

- Adapter le positionnement aux enjeux de souveraineté, disponibilité opérationnelle, maintenance, transfert technologique et montée en compétence.
- Développer des arguments commerciaux répondant aux exigences techniques, économiques et institutionnelles des marchés ciblés.

5 / Stratégie de conquête depuis un hub régional

- Concevoir un modèle de Hub permettant de centraliser marketing, ventes, support technique, formation et relations partenaires.
- Définir les fonctions à localiser dans le Hub et celles à déployer directement dans les marchés prioritaires.
- Construire une organisation permettant de couvrir plusieurs pays tout en maîtrisant les coûts d'implantation.

6 / Account-Based Marketing et grands comptes institutionnels

- Identifier et prioriser les comptes stratégiques présentant le meilleur potentiel commercial.
- Déployer une approche Account-Based Marketing adaptée aux grands comptes publics, militaires et industriels.
- Personnaliser les campagnes, contenus et interactions selon les enjeux spécifiques de chaque compte.

7 / Marketing d'influence institutionnelle et relations stratégiques

- Développer une stratégie de relations institutionnelles, industrielles et diplomatiques adaptée aux marchés ciblés.
- Construire des réseaux avec autorités, partenaires industriels, intégrateurs, équipementiers et acteurs économiques locaux.
- Renforcer la visibilité et la crédibilité de la marque à travers événements professionnels, salons et initiatives sectorielles.

8 / Partenariats locaux et stratégie d'écosystème

- Identifier les distributeurs, intégrateurs, MRO, industriels et partenaires technologiques adaptés à chaque marché.
- Structurer des alliances permettant d'accélérer l'accès au marché et de renforcer l'ancrage local.
- Développer des modèles de coopération intégrant formation, maintenance, transfert de compétences et services après-vente.

INNOV MAROC

9 / Marketing digital et génération de leads B2B

- Déployer une stratégie digitale adaptée aux décideurs aéronautiques, industriels, institutionnels et gouvernementaux.
- Exploiter LinkedIn, contenus experts, webinaires, événements digitaux et campagnes ciblées pour générer des opportunités.
- Construire des parcours de nurturing adaptés aux cycles de décision particulièrement longs du secteur.

10 / Salons, événements et démonstrations commerciales

- Construire une stratégie de présence sur les principaux salons aéronautiques, de défense et de sécurité des régions ciblées.
- Transformer les événements professionnels en dispositifs structurés d'acquisition, de networking et de conversion.
- Organiser démonstrations, essais, workshops et rencontres B2G/B2B pour accélérer les cycles commerciaux.

11 / Marketing des services : MRO, formation et support opérationnel

- Valoriser les services de maintenance, réparation, révision, formation et support comme leviers de différenciation.
- Construire des offres de services permettant d'augmenter la valeur vie client et la fidélisation des comptes.
- Développer une stratégie de Customer Success adaptée aux besoins opérationnels des clients aéronautiques et de défense.

12 / Conformité, réglementation et risques commerciaux internationaux

- Intégrer les contraintes réglementaires, licences d'exportation, contrôles du commerce stratégique et exigences de conformité dans la stratégie commerciale.
- Identifier les risques liés aux sanctions, restrictions, partenaires, marchés sensibles et transactions internationales.
- Mettre en place des processus de due diligence et de conformité avant toute opération commerciale.

13 / Pricing, financement et modèle économique des marchés ciblés

- Construire des stratégies de pricing adaptées aux appels d'offres, contrats pluriannuels et projets complexes.

INNOV MAROC

- Intégrer les mécanismes de financement, leasing, compensation industrielle et modèles de paiement adaptés aux marchés concernés.
- Évaluer la rentabilité des comptes, contrats et marchés en intégrant coûts commerciaux, risques et services associés.

14 / Pilotage commercial et stratégie d’expansion panafricaine et moyen-orientale

- Construire une feuille de route de conquête permettant de passer d’un marché pilote à une couverture régionale.
- Définir les KPI de pipeline, acquisition, conversion, valeur des contrats, coût commercial et rentabilité par marché.
- Mettre en place un dispositif de pilotage permettant d’optimiser continuellement la stratégie du Hub et l’expansion régionale.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

01 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
29 Mars au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
24 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

INNOV MAROC

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

INNOV MAROC — Tous droits réservés

INNOV MAROC