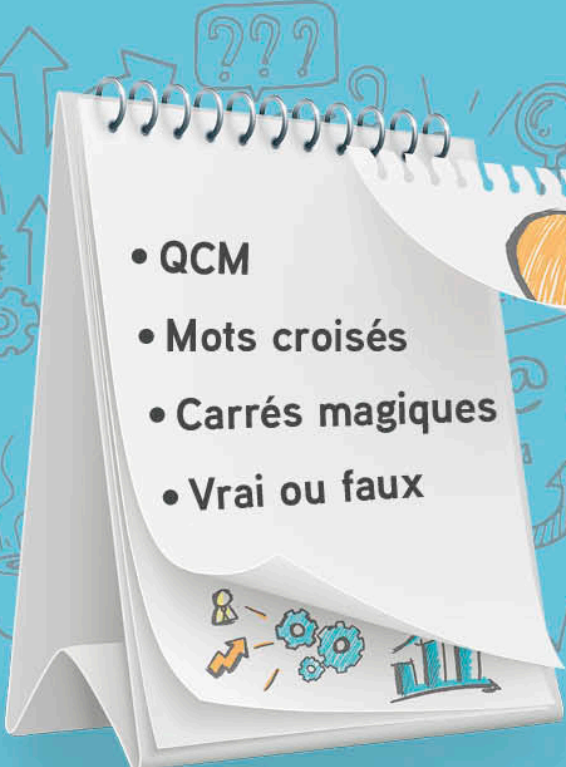


CAHIER D'ACTIVITÉS DE MARKETING

— EN FICHES —

Nathalie Houver

- 
- QCM
 - Mots croisés
 - Carrés magiques
 - Vrai ou faux

ellipses

SOMMAIRE

LA DÉMARCHE MERCATIQUE & ÉVOLUTION.....	9
1. Le concept mercatique.....	9
2. Les étapes de la démarche mercatique.....	10
3. Les 4P du marketing stratégique.....	10
4. Les 10P du marketing opérationnel.....	11
5. Activités.....	13
LE MARCHÉ.....	18
1. Approche économique.....	18
2. Le marché selon l'offre.....	19
3. Le marché selon la demande.....	20
4. Approche environnementale.....	22
5. Le diagnostic SWOT.....	24
6. Activités.....	26
ÉTUDE DE LA CONCURRENCE.....	31
1. La position concurrentielle.....	31
2. Le diagnostic du champ concurrentiel.....	32
3. Activités.....	33
ÉVALUATION DE LA DEMANDE.....	39
1. Caractéristiques de la demande du marché.....	39
2. Les méthodes de prévision linéaires.....	40
3. Les méthodes de prévision saisonnière.....	43
4. L'étude de la corrélation pour la prévision.....	45
5. Activités.....	46
LE COMPORTEMENT D'ACHAT DU CONSOMMATEUR.....	51
1. Les facteurs d'influences intrinsèques.....	51
2. Les facteurs d'influences extrinsèques.....	55
3. Le processus d'achat.....	57
4. Le comportement phygital du consommateur.....	59
5. Activités.....	61

TECHNIQUES DE SEGMENTATION	68
1. La segmentation classique ou descriptive.....	68
2. La segmentation comportementale	70
3. Les stratégies de segmentation	74
4. La qualité de la segmentation	74
5. Activités	75
LES ÉTUDES COMMERCIALES	80
1. Les études documentaires	80
2. Les études quantitatives & exploratoires	81
3. Les études qualitatives & motivations	82
4. Les études de qualité & satisfaction client	84
5. Techniques de réalisation d'un questionnaire par sondage	85
6. Activités	87
LA POLITIQUE PRODUIT	93
1. La classification des produits	93
2. Les spécificités du service	94
3. Le concept mercatique de produit	96
4. La gestion stratégique de la gamme	100
5. Activités	103
L'IDENTIFICATION DU PRODUIT	108
1. Les caractéristiques de la marque	108
2. L'emballage du produit	113
3. La qualité des produits & services	115
4. Activités	118
LA POLITIQUE DE PRIX	125
1. Les contraintes internes de fixation du prix	125
2. Les contraintes externes de fixation du prix	127
3. Les stratégies de prix	131
4. La législation des prix	132
5. Activités	133

LA POLITIQUE DE COMMUNICATION	139
1. Les types de communication	139
2. La stratégie de communication	140
3. La communication média	141
4. La communication Hors média	143
5. Les spécificités de la communication digitale	145
6. Le plan Média	146
7. Activités	149
LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION	154
1. Les fonctions de la distribution	154
2. La structure des réseaux de distribution en France	154
3. Les caractéristiques des réseaux	155
4. Le développement des partenariats commerciaux	157
5. Typologie des unités commerciales	158
6. Les stratégies de distribution des producteurs	160
7. Les relations producteur/distributeur	161
8. Activités	163
LA GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL	170
1. Principes du <i>merchandising</i>	170
2. L'agencement de l'espace	171
3. La performance des rayons en GMS	173
4. L'attractivité du rayon	174
5. Le <i>merchandising</i> de séduction	175
6. Les spécificités du e-merchandising	177
7. Activités	178
LA POLITIQUE DE FIDÉLISATION	185
1. Les 5C de l'approche client	185
2. Les caractéristiques de la fidélisation	185
3. Les programmes de fidélisation	186
4. Les techniques et moyens de la fidélisation	187
5. La stratégie des 3R: les programmes de fidélisation	190
6. La valeur client	192
7. La fidélisation sur internet: les règles de base	193
8. Les facteurs de la fidélisation	193
9. Activités	194