

CORRECTION

L'entreprise et la démarche marketing

2) Objectif : décrire la démarche marketing

1.

Le marketing a pour objectif de maîtriser :

- la conception des biens et services (définition des caractéristiques du produit pouvant séduire le consommateur)
- la fixation du prix
- le système de distribution
- le système de promotion

Définitions :

2.

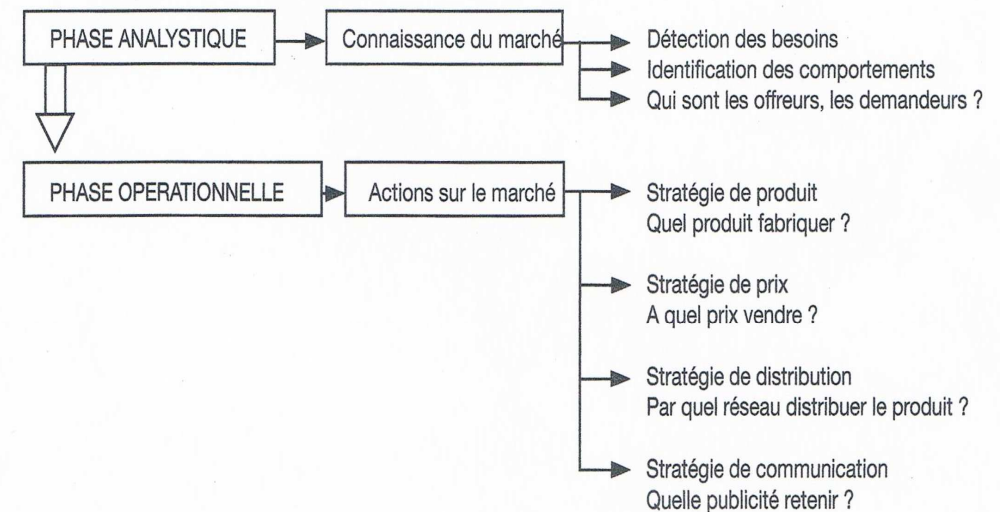
Portefeuille de produits : ensembles des produits offerts par l'entreprise

Gamme de produits : ensemble de produits fabriqués et vendus par une entreprise, qui satisfont le même besoin

Circuit de distribution : ensemble des chemins parcourus par un produit depuis le producteur jusqu'aux consommateurs ou utilisateurs.

3.

LA DEMARCHE MARKETING



3. Les nouvelles approches marketing - le bouche à oreille

1. Internet qui permet de transmettre des messages rapidement.

2. Marketing viral : transmission d'un message d'une personne à une autre.

Buzz marketing : diffusion d'informations à travers un événement.

Marketing d'influence : transmission d'un message par l'intermédiaire de consommateurs influents : VIP, stars...