



Exemples de synthèses réalisées avec Piktochart

publié le 30/07/2017 - mis à jour le 10/08/2017

Descriptif :

Économie Gestion Bac Pro Industriel

Exemples de synthèses réalisées avec Piktochart

Économie Gestion Bac Pro Industriel

[Les marchés de l'entreprise et la politique commerciale](#)

Économie Gestion Bac Pro Industriels

Les marchés de l'entreprise

L'entreprise doit bien connaître son marché pour y proposer une gamme cohérente de produits en fonction des segments qu'elle vise. L'évaluation régulière de son positionnement concurrentielle lui permettra de se situer par rapport à ses concurrents.

Les couples produits/marchés de l'entreprise

Le marché est le lieu de rencontre entre l'offre des produits de l'entreprise et la demande émise par ses clients (entreprises, ménages, etc...).

L'entreprise peut choisir de répondre à tous les besoins en développant une gamme complète de produits qui peut être divisée en segments (familles de produits similaires).

Elle peut choisir de travailler sur une partie du marché en proposant des produits destinés à un marché particulier des couples produits/marchés.

Le positionnement sur le marché

L'entreprise doit identifier :

- ses concurrents directs : les produits et prix sont similaires ;
- les concurrents indirects : entreprises ne proposant pas strictement les mêmes produits mais offrant tout de même une gamme similaire.

Positionner l'entreprise consiste à la situer par rapport à la concurrence et à la classer dans l'une des quatre positions concurrentielles :

- le leader : chef de file ;
- le challenger : prétendant ;
- le suiveur ;
- le spécialiste.

Ressources : Capsule YouTube

La politique commerciale

Le plan de marchéage est l'ensemble des actions que peut utiliser le chef d'entreprise pour mieux vendre sur son marché. Ces actions portent sur le produit, le prix, la distribution et la communication (les 4 P).

- Communication (Promotion)**
 - Média : affichage, vidéos, presse, radios, télévisions, Internet
 - hors médias : sponsoring, mécénat, relations publiques, promotions des ventes, marketing direct
- Produit (Product)**
 - Concept
 - caractéristiques, fonctionnalités et options
 - Qualité
 - Gamme
 - Marque
 - Design et stylisme
 - Conditionnement et emballage
 - Cycle de vie
 - Conseil à l'utilisation
 - Après-vente
 - Garanties
- Distribution (Place)**
 - Méthodes de vente
 - Canaux de distribution
 - Circuits de distribution
 - Points de vente et zone de chalandises
 - Stockage et entrepôts
 - Merchandising
 - Moyens de transport
 - Politique de distribution : intensive, sélective, exclusive ou franchises
- Prix (Price)**
 - Tarifs, remises, rabais
 - Condition de paiement
 - Condition de crédit
 - Stratégie tarifaire : écornage, de pénétration ou d'alignement

Les marchés de l'entreprise et la politique commerciale

[L'organisation de la production et la combinaison des facteurs de production](#)



L'organisation de la production

L'organisation de la production est un élément déterminant pour assurer la pérennité de l'organisation. Elle est déterminée en fonction du processus de production, du mode de production retenu, de l'organisation du travail.

L'organisation du processus de production

Le processus de production est l'ensemble des étapes nécessaires à la conception et à la réalisation des biens et des services :

- Préparation des matières premières
- Fabrication
- Emballage, conditionnement



Les différents modes de production

Les modes de production sont déterminés en fonction :

- de l'organisation du système de production (production en continu, production par atelier) ;
- des quantités à produire (production en série, production à l'unité) ;
- des flux logistiques (production en flux poussés, production en flux tirés) ;

Les différents modes d'organisation du travail

Les modes d'organisation du travail et les conditions de travail dans l'industrie ont évolué au cours du siècle dernier. Taylorisme, Fordisme : travail à la chaîne, standardisation des produits, distinction des tâches de réflexion et de réalisation. Toyotisme, Lean : Flexibilité, standardisation des produits, prise en compte du facteur humain.

La combinaison des facteurs de production

La combinaison des facteurs de production est réalisée afin d'améliorer la productivité de l'entreprise, donc sa compétitivité et sa rentabilité.

Les facteurs de production

Il existe deux types de facteurs de production :

- le facteur travail (moyens humains) ;
- le facteur capital (moyens techniques).



Les enjeux de la productivité dans l'entreprise

Il existe trois types d'investissements pour améliorer la productivité, la compétitivité et la rentabilité :

- les investissements de formation pour développer les compétences des salariés ;
- les investissements de capacité pour augmenter les capacités de production ;
- les investissements de productivité pour diminuer les coûts de production.



L'organisation de la production et la combinaison des facteurs de production