

# Thème 2 : l'offre commerciale

- Le marketing n'est pas une bataille de produit, mais de perception.
- Le marketing ne crée pas les besoins, ceux-ci préexistent, il influence les désirs.



## Le plan de marchéage : les 4P





# Le produit : *définition*

- Éléments d'identité
- Positionnement
- Qualité

NOUVELLE  
**CLIO**

Design | Sensation | Sécurité

Clio Xtrem Racer | Film TV | Actus | Goodies

Clio Xtrem Racer  
A vous de jouer !

**Clio Xtrem Racer**  
**Exprime tes talents de pilote !**

Crédits

EURO NCAP NOUVELLE CLIO ★★★★★

Réservez votre essai - Demandez une brochure



## Le produit : *identification*

- Marque
- Conditionnement
- La gamme (*dimension, structure*)

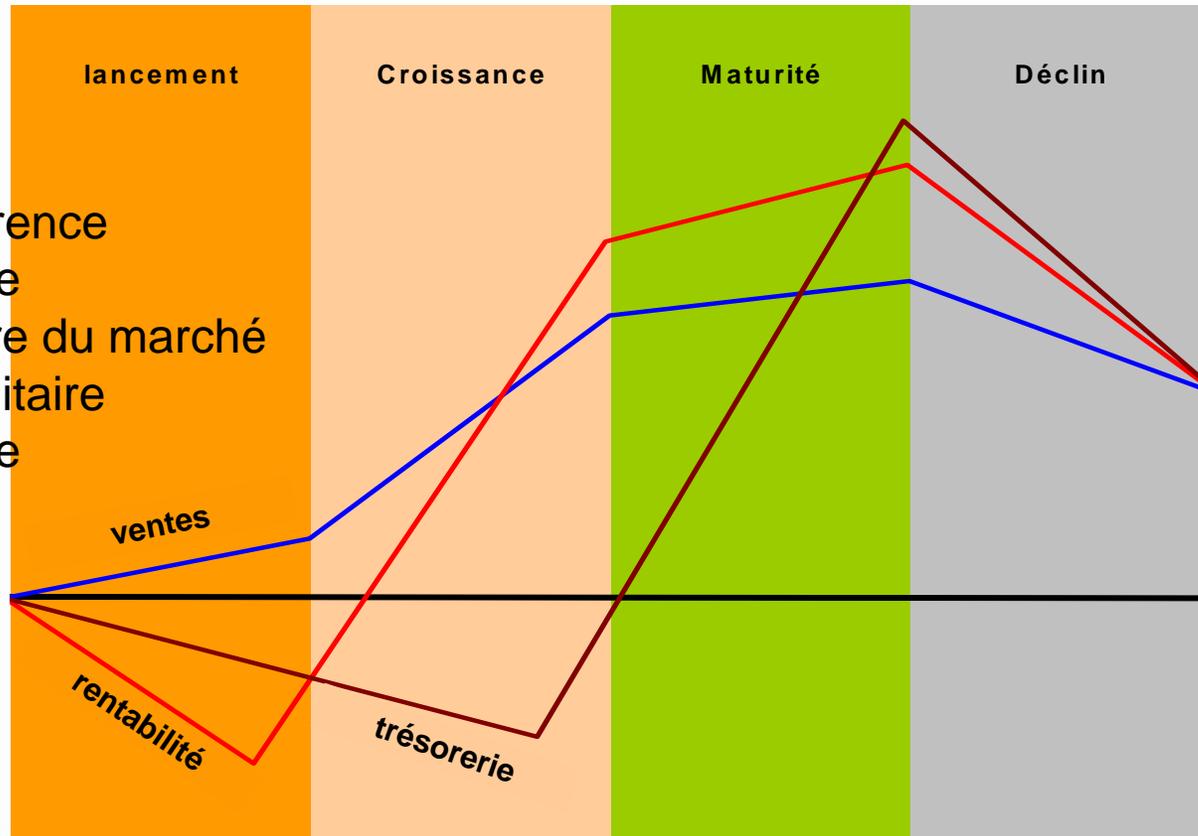




# Le produit : *cycle de vie*

- 4 phases

- Ventes
- Concurrence
- Clientèle
- Structure du marché
- Coût unitaire
- Bénéfice





## Le prix : *fixation*

- Méthode des coûts
- Méthode liée à la demande
- Méthode liée à la concurrence





## Le prix : *choix*

- Contraintes
- Stratégie





# La communication : *définition*

- Objectifs
- Types
- limites





## La communication : *le hors média*

- Marketing direct
- Promotion des ventes
- Publicité hors média
- Relations publiques
- Sponsoring, mécénat



Bienvenue chez

*Marketing & Direct*

Agence Conseil en Marketing Direct

*La raison d'être d'une entreprise  
est de créer et de garder un client.*

*Théodore Levitt*



# La communication : *les médias*

- Caractéristiques
- Les principaux médias





## La distribution : *l'utilité*

- Un rôle matériel
- Un rôle commercial
- Un rôle financier





# La distribution : *les techniques*

- Circuit direct
- Circuit court
- Circuit long





# La distribution : *les stratégies*

- Distribution exclusive
- Distribution sélective
- Distribution intensive

