**MANAGEMENT SYNTHÈSE CHAPITRE 1 A :**

**LA RÉPONSE DES ORGANISATIONS A UN BESOIN**

# La dÉmarche mercatique

La démarche marketing est **l’ensemble des étapes** depuis la prise en compte des besoins du consommateur jusqu’à la satisfaction de ces besoins (tout en prenant en compte les performances de l’entreprise).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Marketing stratégique | Collecte d’informations | Attentes et besoins des consommateursEtude de la concurrence, de l’environnement |
| Définition de la stratégie | Concept, cible, positionnement, objectifs |
| Marketing opérationnel | Mise en œuvre du plan de marchéage |
| Contrôle des résultats | Atteinte des objectifs ?Mesures correctrices |

**Le plan de marchéage**

La distribution

Le produit

Le prix

La communication

# Les diffÉrentes approches de la mercatique stratÉgique

La démarche marketing peut faire l’objet de différentes approches.

Créative

Anticipatrice

Médiatrice

Réactive

L’innovation est réalisée avant l’expression du besoin

Le marché n’existe pas (innovation majeure)

Le besoin est latent (inconscient)

Le marché existe déjà

Le produit est déjà commercialisé par la concurrence

et/ou

Le besoin est clairement exprimé

Le produit est créé en interaction avec le consommateur

On lui demande son avis