



11

Stratégie mercatique



Council for the Advancement
of Native Development Officers

Table des matières

Section un	Devancez les besoins de vos clients : les règles de base du marketing	3
Module 1	Qu'est-ce que le marketing?	4
Module 2	Quels facteurs influent sur le marketing?	5
Module 3	Comment a évolué le marketing?	6
<i>Outil de travail</i>	<i>Cinq principes fondamentaux du marketing</i>	<i>9</i>
Section deux	Vous connaîtrez vraiment votre produit quand vous connaîtrez son marché	11
Module 4	Qu'est-ce qu'une étude de marché?	12
<i>Outil de travail</i>	<i>Comment gérer un groupe de réflexion : 12 lignes directrices</i>	<i>14</i>
Module 5	Comment planifier un produit – Planification et analyse de produit	15
Module 6	Qui en voudra?	18
Section trois	Maîtriser les quatre « P » : produit, place, prix, promotion	19
Module 7	Quel est le produit?	20
<i>Outil de travail</i>	<i>Que veut dire un nom?</i>	<i>22</i>
Module 8	Comment fixer le prix	22
Module 9	Quelle est l'importance de la place?	24
Module 10	Qu'est-ce que la promotion?	26
Module 11	Est-ce qu'il y a un cinquième « P »?	27
<i>Outil de travail</i>	<i>Cinq directives pour le positionnement de votre produit</i>	<i>28</i>
Section quatre	Le marketing, comme les échecs est un jeu de stratégie	29
Module 12	Qu'est-ce qu'une analyse des occasions de marketing?	30
Module 13	Qu'est-ce qu'une stratégie de marché cible?	32
Module 14	Qu'est-ce que la planification de marché stratégique?	34
Module 15	Qu'est-ce qu'une analyse F.F.P.M.?	36
Module 16	Comment une campagne de mise en marché peut-elle vous emmener où les concurrents ne sont pas allés?	39
Section cinq	Faites entendre votre voix : promotion, publicité, ventes	41
Module 17	Qu'est-ce qu'une promotion efficace?	42
<i>Outil de travail</i>	<i>Quatre directives pour le démarquage de votre produit</i>	<i>44</i>
Module 18	Qu'est-ce que la publicité et les relations publiques?	45
Module 19	Comment concevoir un plan efficace de publicité?	46
Module 20	Quels sont les secrets de l'art de vendre?	48
<i>Outil de travail</i>	<i>Les secrets des vendeurs les plus émérites</i>	<i>49</i>

Section six	Avec le bon produit et une approche intelligente, vous pouvez vendre directement aux clients	51
Module 21	Votre produit convient-il à la vente directe?.....	52
Module 22	Qu'est-ce qui fait une bonne campagne de vente directe?	53
<i>Outil de travail</i>	<i>Huit suggestions pour la vente directe</i>	<i>56</i>
Module 23	Quels sont les secrets de la vente directe par la poste?.....	57
Module 24	Quels sont les secrets de la vente par Internet?.....	58
<i>Outil de travail</i>	<i>Cinq secrets pour la vente par Internet</i>	<i>59</i>
Section sept	Rassemblez le tout : le plan de mise en marché	61
Module 25	Pourquoi avez-vous besoin d'un plan de mise en marché?.....	62
Module 26	Comment identifier et mettre à l'essai un marché cible?	63
Module 27	Quels sont les éléments d'un bon plan de mise en marché?	65
<i>Outil de travail</i>	<i>Les sept principes fondamentaux d'un bon plan de mise en marché</i>	<i>68</i>
<i>Outil de travail</i>	<i>Vingt-six questions à poser pour créer un plan de mise en marché</i>	<i>69</i>
Glossaire		71
Ressources		77