

Sommaire

PRÉFACE	3
AVANT-PROPOS	6
Chapitre 1 — L'introduction à la mercatique	7
A — Le concept de mercatique	7
B — La mercatique et le consumérisme	12
Chapitre 2 — Le marché	21
A — La notion de marché	21
B — Les variables explicatives individuelles	32
C — Le découpage du marché	43
D — Le recueil de l'information	52
E — La réalisation d'enquêtes	54
F — La gestion de la demande	98
Exercices	125
Corrigés	129
Chapitre 3 — Le produit	135
A — La connaissance du produit	135
B — Le concept de produit nouveau	165
C — La stratégie produit	169
Exercices	173
Corrigés	175
Chapitre 4 — Le prix	177
A — Les différentes sortes de prix	177
B — La réglementation en vigueur	178
C — Les modes de fixation du prix	180
D — Les stratégies de prix possibles	188
Exercices	189
Corrigés	192
Chapitre 5 — La distribution et le point de vente	197
A — Le concept de distribution	197
B — Les différentes formes de l'appareil commercial français	212
C — Le point de vente	228
Exercices	260
Corrigés	262

Chapitre 6 — La promotion et la communication	265
A — La promotion	266
B — La communication	271
Exercices	299
Corrigés	302
Chapitre 7 — La prospection et la négociation commerciales	307
A — La mercatique directe : un outil efficace de prospection	307
B — La vente	312
C — L'achat industriel	331
Exercices	338
Corrigés	342
Chapitre 8 — Une approche de la mercatique stratégique	347
A — Les différents niveaux de décisions mercatique	347
B — La stratégie mercatique	348
C — Le positionnement concurrentiel	355
D — Les méthodes d'aide à l'analyse stratégique	358
Exercices	363
Corrigé	365
Chapitre 9 — Les principales techniques de commerce international	367
A — La détection des besoins à l'exportation	368
B — Le plan de mercatique à l'international	374
C — La logistique internationale	383
Table des illustrations	391
Petit lexique anglais — français	394
Index	395