

## La politique commerciale de l'entreprise

**DEFINITION :** La politique commerciale est une démarche qui a pour objectif de **proposer un produit adapté au marché et aux attentes des consommateurs**. Elle se déroule en plusieurs étapes :

- La **connaissance du marché** : Quel marché pour quel produit ?
- La **détermination d'une stratégie commerciale** autour de 4 éléments :

- **le Produit**
- **son Prix**
- **sa Pub**
- **sa distribution (Place)**

= les **4** ou **MARKETING MIX** ou **plan de marchéage**

### I- LE POSITIONNEMENT D'UN PRODUIT SUR LE MARCHE : L'ETUDE DE MARCHE

#### A- Définition

L'entreprise doit connaître son marché et adopter une démarche en adéquation avec les **besoins** des **consommateurs**

**Le positionnement d'un produit est donc le résultat d'une réflexion commerciale menée par une entreprise pour avoir une image précise du produit dans l'esprit des consommateurs.**

#### B- l'étude de marché

Afin de bien se positionner les entreprises mènent des études de marché pour connaître :

- Les **consommateurs** : qui ils sont ? leurs attentes, habitudes consommateurs, exigences en matière de prix ? de produits ?
- Les **concurrents** présents
- Les **distributeurs** : leur image, leur prix, leur taille qui ils sont....
- L'état du **marché** : ce qui se vend ? Ce qui ne se vend plus ? s'il est saturé ?

Elle découpe, **segmente** ainsi le marché en différentes catégories appelées SEGMENTS pour mieux se **positionner**

## II- La politique commerciale : les 4 P

**Définition :** Pour déterminer sa politique commerciale, et assurer le succès de son produit l'entreprise doit se poser **4 questions** :

### A- Quel produit attendent les consommateurs ?

L'entreprise se pose des questions sur le produit à commercialiser et va donc s'appuyer sur **des études de marché plus approfondies** après avoir trouvé le concept du produit à lancer :

- au niveau **technique** (ses dimensions, sa forme...)
- et au niveau **commercial** (les services associés, les garanties, SAV...).

### B- À quel prix ?

La fixation d'un prix doit tenir compte de plusieurs éléments :

- Le **cout de revient** du produit pour le fabriquer et le commercialiser
- les **prix** pratiqués par les concurrents
- le prix considéré comme acceptable par les clients (on parle de « **prix psychologique** »).

### C- Avec quelle méthode de communication ? (Pub)

L'entreprise dispose de plusieurs modes de communication :

- la communication **média** On distingue 6 médias : **avec la publicité télévisée, la presse, la radio, le cinéma, Internet, et l'affichage**
- et la communication **hors média** (avec les outils de marketing direct comme l'envoi de publipostages ou le marketing téléphonique)

### D- Avec quel mode de distribution ?

Les méthodes de commercialisation sont multiples et les entreprises doivent choisir entre :

- **une distribution intensive**: pour les produits de consommation courante. Dans un maximum de point de vente afin que le consommateur puisse le trouver facilement.
- **une distribution sélective**: L'entreprise choisit un nombre restreint de distributeurs en raison de leur image, de leur spécialisation...

- **une distribution exclusive**: L'entreprise donne l'exclusivité de vendre le produit à quelques points de vente localisés pour garantir l'image des produits. (Domaine du luxe ou des produits hauts de gamme)

Des choix sont fait aussi pour les méthodes de vente (par correspondance, en e-commerce...); le transport, le réseau de distribution (vente direct, circuit long...) etc...