

La politique commerciale de l'entreprise

1. Le plan de marchéage (écoutez audio 1)

Quels sont les « 4P » sur lesquels l'entreprise doit axée ses actions commerciales ?

.....

.....

.....

.....

.....

2. La politique de produit (écouter audio 2)

Quels sont les trois principaux types de produit ?

.....

.....

Quels sont les éléments qui permettent d'identifier un produit ?

.....

.....

Consultez le schéma « Le cycle de vie d'un produit ». Replacez dans un ordre logique, les quatre phases caractérisant le cycle de vie d'un produit : la croissance, le déclin, le lancement et la maturité ?

.....

.....

A partir du site de l'entreprise RUN21, complétez le tableau ci-dessous relatif à l'assortiment du rayon Chaussures de running enfant.

Largeur de l'assortiment						
Profondeur de l'assortiment						
Marque principale						

Largeur de l'assortiment = catégories ; Profondeur de l'assortiment = nombre de modèles

3. La politique de prix (écouter audio 3)

Quels sont les trois éléments qui doivent être pris en compte par l'entreprise pour fixer ses prix ?

.....

Déterminer le prix de vente TTC et la marge des chaussures Asics Gel Trainer ?

Prix d'achat net HT :

Prix de vente HT :

Prix de vente TTC :

Marge brute :

Finalement, le prix de vente TTC des chaussures sera de 79,95 €. Comment pouvez-vous qualifier ce prix ?

.....

Complétez le tableau ci dessous ?

Prix	
D'.....	De
Cette technique fixe un prix de vente élevé afin de donner au produit une image de qualité, et donc vise une clientèle attachée au « haut de gamme ». Les marges bénéficiaires sont importantes.	Cette technique consiste à fixer un prix suffisamment bas pour atteindre la clientèle la plus large possible. La faible marge bénéficiaire doit être compensée par les quantités vendues.

Visionnez la vidéo relative au prix de la pomme puis complétez le tableau ci dessous ?

Prix de vente TTC (au kg)
Coût de revient TTC :	
Producteur
Expédition
Logistique
Perte et casse
Personnel
Frais variables
TVA

TOTAL
Marge

4. La politique de distribution (Place) (écouter audio 4)

Quelle stratégie de distribution adoptera une entreprise qui souhaite s'implanter dans le plus grand nombre de magasins ?

.....

Visionnez la vidéo relative à la filiaire viande. Retrouvez les différents intermédiaires entre le producteur et le consommateur ?

Producteur :

Grossiste :

Détaillant :

.....

Consommateur final

Comment qualifier ce circuit de distribution ?

.....

.....

5. La politique de communication (Promotion) (écouter audio 5)

Quelles sont les principales techniques de communication pour vendre ses produits ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Visionnez la vidéo relative à la publicité. Quelle technique de vente est présentée dans ce reportage ?

.....

.....

.....

Quelle est la particularité des mentions « Bio », « Label Rouge » ou « AOC » ?

.....

.....

Le logo « Conso Responsable » proposé par le distributeur LECLERC fait-il partie de cette catégorie ? Justifiez votre réponse et expliquez les raisons pour lesquelles LECLERC à mis en place ce logo.

.....

.....

.....

.....

.....

