

# **LIVRE MARKETING**

## **SOMMAIRE**

### *Introduction*

#### **PARTIE 1. Présentation du marketing.**

1. Définition et évolution.
2. Les trois principaux types de marketing.
3. L'état d'esprit marketing, les critiques.

#### **PARTIE 2. Le marketing stratégique.**

##### *Chapitre 1. Le marché.*

1. Définition.
2. L'analyse de marché
3. La segmentation
4. Le ciblage
5. Le positionnement

##### *Chapitre 2. Les clients.*

1. Introduction
2. Définition
3. Historique
4. Les besoins des clients.
5. La typologie des clients.
6. La classification des clients.
7. Le comportement d'achat des clients.
8. La psychologie du consommateur.
9. La fidélisation.
10. Le marketing relationnel.

##### *Chapitre 3. La politique de marché.*

1. Introduction.
2. Définition.
3. Une politique de produit.
4. Le cycle de vie du produit.
5. La gamme.
6. La marque.
7. Le packaging.
8. La politique de prix.
9. La politique de distribution.
10. La politique de communication.
11. La force de vente.

##### *Chapitre 4. La stratégie de marché.*

1. Définition.
2. L'analyse d'une stratégie, le diagnostic.
3. Les différentes matrices, une aide au diagnostic.
4. Les différentes stratégies.

#### **PARTIE 3. Le marketing opérationnel.**

1. Définition.
2. L'étude de marché.
3. Le marketing quantitatif.
4. Le marketing qualitatif.
5. Conclusion.

### *Glossaire*

### *Bibliographie*

### *Webographie*

### *Index*

### *Liste des tableaux et des figures.*