Entrepreneurship

Projet marketing – gestion

Mme Garcia Isabelle

Phase 1 : étude, analyse, choix

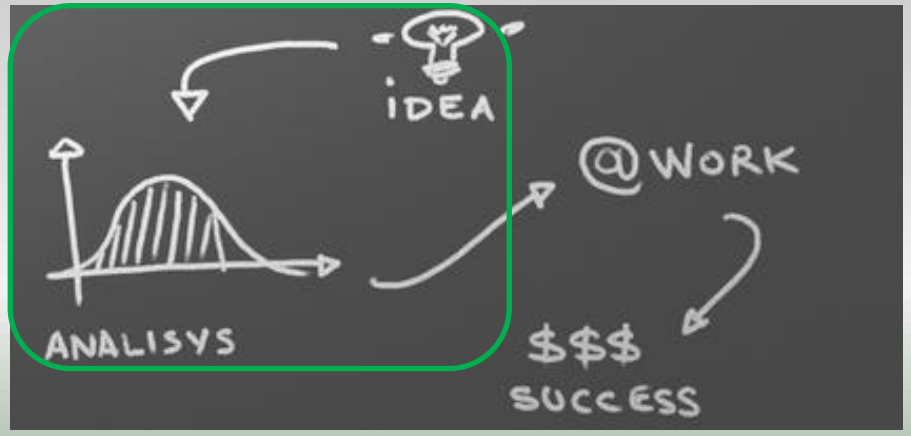
Phase 2 : mise en place

Eat Nature
Green Garden

Phase 1 : étude, analyse, choix

Étape 1 : Quel projet ? Quel concept ?

Étape 2 : Phase d'analyse et de choix



Phase 2 : mise en place :
Plan de marchéage ou marketing mix

Étape 1 : Quel Produit ?

Étape 2 : Quel Prix ?

Étape 3 : Quelle Communication ? (faire connaitre)

Étape 4 : Quelle Distribution ? (faire acheter)

En Mercatique

Phase 1 : Mercatique stratégique

Phase 2 : Mercatique opérationnelle

Rappel du cours de Mercatique

Mercatique stratégique :

Analyse externe et interne

-Étude de marché : O/D/E

-Potentiels de l'entreprise

-Choix stratégiques :

-Cible

-**Positionnement**

-Stratégie

Analyse externe : Menaces/opportunités

Analyse interne : Faiblesses/Forces

Mercatique opérationnelle

ou Mix marketing

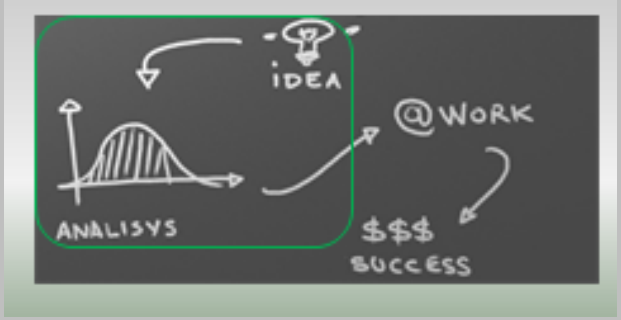
Produit

Prix

Communication

Distribution

Phase 1 : Mercatique stratégique



Mercatique stratégique :

Analyse externe et interne

-Étude de marché : O/D/E

-Potentiels de l'entreprise

-Choix stratégiques :

-Cible

-**Positionnement**

-Stratégie

Travail à faire : analyse

Étude de marché

Travail à faire : choix

Quels clients ? Quel positionnement?

Phase 2 : Mercatique opérationnelle

Mercatique opérationnelle

ou Mix marketing

Produit

Travail à faire : choix des produits vendus
Choix d'un nom , d'un logo, décoration du point de vente
En gestion : fiche de stock, fiche technique

Prix

Travail à faire : choix des prix de vente

Communication

Travail à faire : création de trois supports de communication (minimum) dont la carte

Distribution

Travail à faire : choix des horaires d'ouverture du personnel, des intermédiaires de vente …

Gestion :

- Choix de financement

- Compte de résultat prévisionnel

Mercatique :

- Mercatique stratégique

- Mercatique opérationnelle

Economie d'entreprise :
Ressources humaines, management

Droit :
Choix d'une structure juridique