

TABLE DES MATIÈRES

Préface	p. 1
Introduction	p. 3
1. La démarche marketing : une boussole pour mieux vous diriger	p. 7
1.1 Bien connaître le marché visé	p. 9
1.2 Bien connaître l'entreprise et ses ressources	p. 9
A) Apprendre à vous connaître et à bien connaître les forces et les limites de votre entreprise	p. 9
B) Analyser l'environnement externe de l'entreprise	p. 9
1.3 Faire des choix et prendre des décisions stratégiques	p. 11
1.4 Définir la stratégie d'action : le marketing-mix	p. 12
1.5 Établir une programmation des activités	p. 12
1.6 Élaborer un budget	p. 12
1.7 Passer à l'action	p. 12
1.8 Évaluer et analyser les résultats	p. 13
1.9 Apporter les correctifs, s'améliorer	p. 13
2. Les composantes principales d'un marché	p. 15
2.1 Le produit ou le service : vendre ce que l'on produit ou produire ce que l'on vend ?	p. 17
A) Les trois dimensions d'un produit	p. 17
B) La réglementation	p. 18
2.2 La clientèle	p. 18
A) La segmentation : un concept utile	p. 18
B) Les grandes tendances de la consommation alimentaire	p. 20
C) Vos clients, leurs besoins : à vous de jouer	p. 20
2.3 La concurrence	p. 20
A) La concurrence directe et indirecte	p. 21
B) La différenciation : un concept utile pour se démarquer de la concurrence	p. 22
C) L'avantage concurrentiel	p. 22
D) La concurrence parfois aidante	p. 23
2.4 L'entreprise : au coeur de la pensée-marché	p. 23
3. La recherche d'information sur votre marché	p. 25
3.1 Les études de marché ou les moyens d'en savoir plus	p. 27
A) L'information secondaire	p. 27
B) L'information primaire	p. 30
3.2 Des études de marché à des prix abordables	p. 31
4. Lexique de la commercialisation	p. 33
Bibliographie	p. 41

FICHES

Fiche 1 – La réglementation d'un produit alimentaire : où s'adresser?	p. 45
Fiche 2 – Les tendances de consommation des Québécois	p. 47
Fiche 3 – La veille concurrentielle	p. 51
Fiche 4 – Votre vision, vos objectifs, votre entreprise et vous-même	p. 55
Fiche 5 – Autodiagnostic de votre profil entrepreneurial lié à la commercialisation	p. 59
Fiche 6 – La recherche d'information sur Internet	p. 61
Fiche 7 – La méthode du groupe de discussion	p. 65
Fiche 8 – Le questionnaire d'enquête	p. 69
	p. 73