

## Les dimensions de la démarche mercatique

### Tableau d'aide à l'analyse d'une situation

La mercatique stratégique	
<p><u>Au niveau externe :</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• la demande :</li><li>• l'offre :</li><li>• l'environnement :</li></ul> <p><u>Au niveau interne :</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• forces et ses faiblesses :</li><li>• opportunités du marché</li></ul> <p><u>Choix d'une stratégie mercatique consistant à :</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• définir les objectifs à atteindre :</li><li>• choisir les cibles visées :</li><li>• et le positionnement souhaité :</li><li>• déterminer le budget alloué à l'opération :</li><li>• définir une période et le temps nécessaire pour atteindre les objectifs :</li></ul>	<p><b>A renseigner à partir de la situation</b></p>
La mercatique opérationnelle	
<p>Quelle offre proposer sur le marché ? :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• définition du produit</li><li>• fixation du prix</li></ul> <p>Comment la distribuer ?</p> <p>Comment la communiquer ?</p>	<p><b>A renseigner à partir de la situation</b></p>