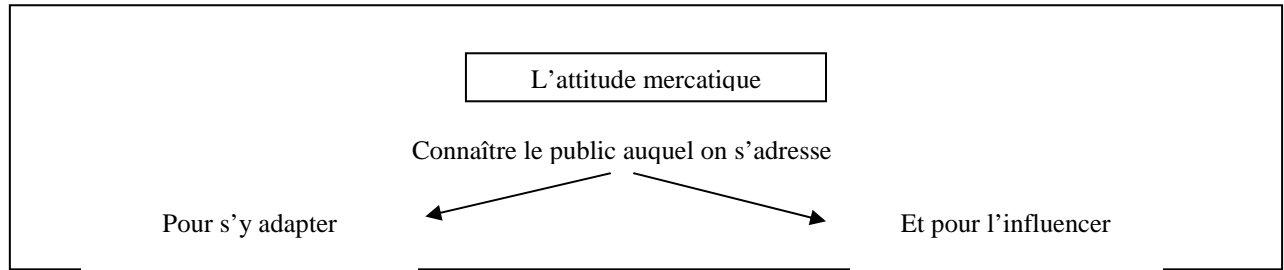


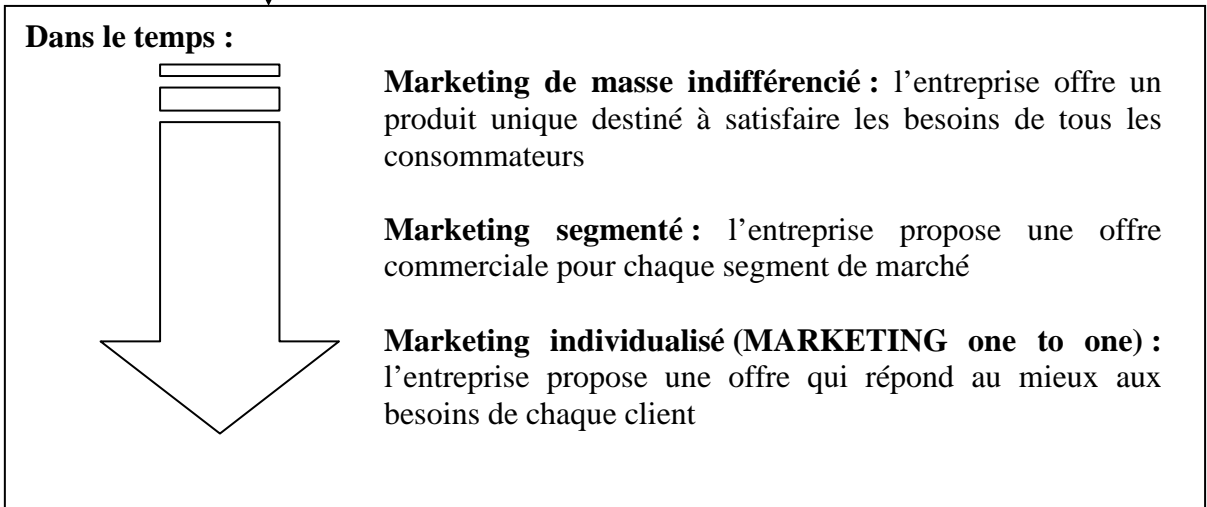
Chapitre 1 La mercatique



La mercatique est l'ensemble des méthodes et des moyens dont dispose une organisation pour promouvoir, dans les publics auxquels elle s'intéresse, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs.

D'où l'importance de la fonction commerciale dans l'entreprise : elle doit chercher à vendre avant de produire, c'est-à-dire à satisfaire avant tout le client.

Une approche du marché qui a évolué :



Dans l'espace :

La mercatique acquiert de plus en plus une **dimension internationale** favorisée par la mondialisation des marchés.

Deux choix s'offrent alors aux entreprises :

- Choix de développer une **démarche mercatique identique dans le monde entier**
→ standardisation ;
- Choix **d'adapter l'offre aux spécificités de chaque marché.**