Thème 4 – Politique commerciale BTS SN

L'offre d'une entreprise

L'offre globale :				
•	Définition :			
•	Exemples :			
•	Intérêts :			
La gam	nme :			
•	Définition :			
•	3 dimensions de la gamme :			
	○ Largeur:			
	o Profondeur:			
	• Ampleur:			

Exemple analyse gamme :







 Largeur 	٠.
-----------------------------	----

- Profondeur:
- Ampleur:
- Le cycle de vie d'un produit :

Schéma:

Analyse:

- positionnement :
 - Définition :

• Analyse:



La politique de prix de l'entreprise

•	Qu'est ce qu'un prix ?
•	Comment fixer un « bon » prix ?
•	Les stratégies de fixation du prix :
	0
	0
	0
	0
	0
	0
Synthè	se:

La politique de distribution de l'entreprise

Les canaux de distribution

•	canal direct :
	 Avantages:
	 Inconvénients :
•	canal indirect :
	 Avantages:
	 Inconvénients :
•	Unités commerciales physiques :
•	Unités commerciales virtuelles :
•	stratégie Pure Player :
•	stratégie Click and Mortar :

Le SAV

D'après la vidéo sur « Consommation, dans les coulisses du SAV », veuillez mettre en avant

importance du SAV pour une entrepri	ise.	
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
•		
F	Pendant votre stage	

Où trouver l'information :

- étude de marché
- site Internet
- documents de communication (publicité, catalogue, site Web, réseaux sociaux...)
- catalogue