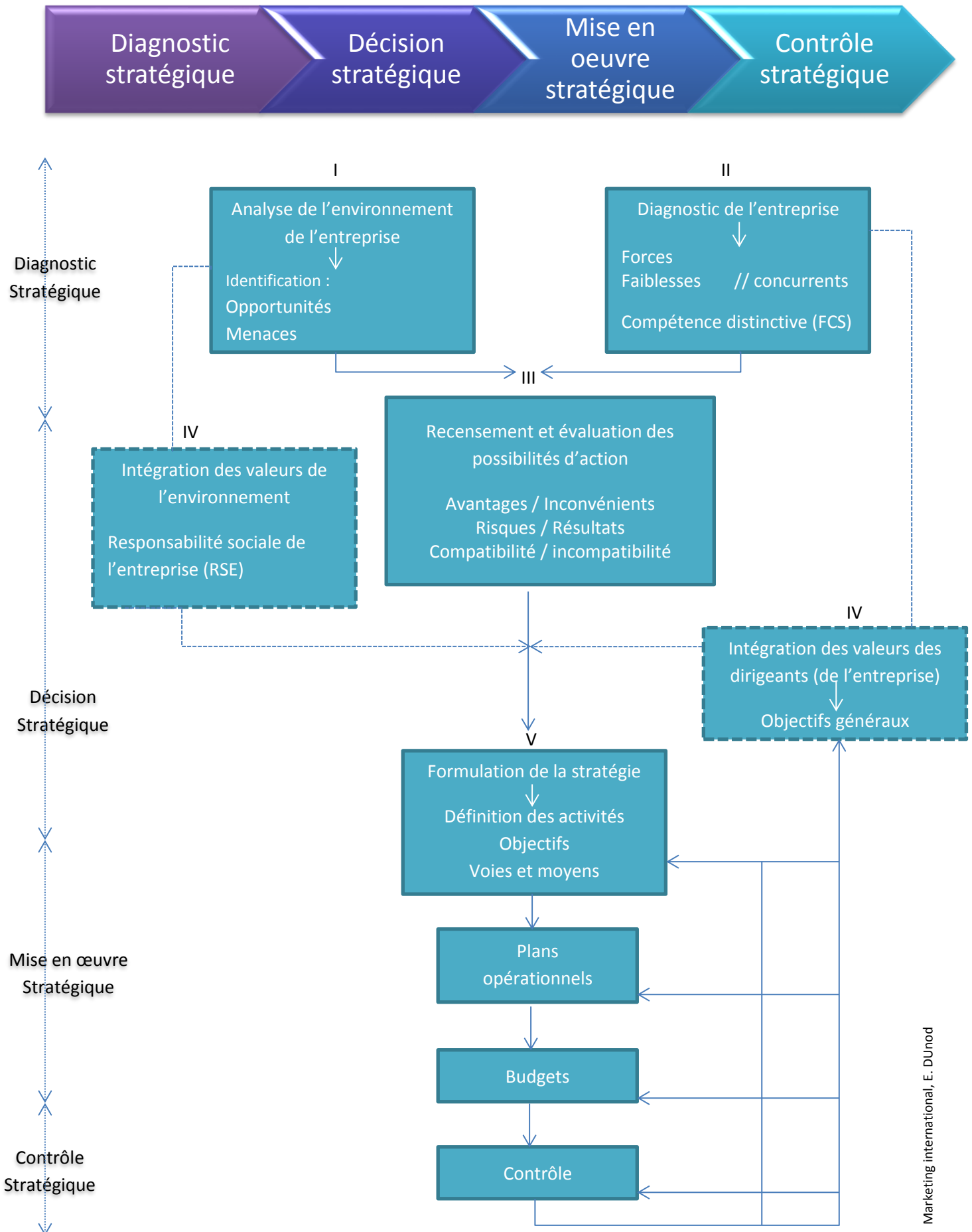


PROCESSUS STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL : Le processus stratégique s’apprécie au regard des cours, de prospection, de management et d’EVME. Nous pouvons schématiser le processus stratégique ainsi :



Marketing international, E. Duunod

DEMARCHE MARKETING

MARKETING STRATEGIQUE					
Analyse SWOT	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">Analyse externe (analyse du marché)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • La demande : • L'offre : • L'environnement : </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">Analyse interne</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Forces et faiblesses : • Facteurs clefs de succès : </td> </tr> </table>	Analyse externe (analyse du marché)	<ul style="list-style-type: none"> • La demande : • L'offre : • L'environnement : 	Analyse interne	<ul style="list-style-type: none"> • Forces et faiblesses : • Facteurs clefs de succès :
Analyse externe (analyse du marché)	<ul style="list-style-type: none"> • La demande : • L'offre : • L'environnement : 				
Analyse interne	<ul style="list-style-type: none"> • Forces et faiblesses : • Facteurs clefs de succès : 				
Choix d' une stratégie marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Définition des objectifs à atteindre : • Choix des cibles visées : • Choix du positionnement souhaité : • Détermination du budget alloué à l'opération : • Définir une période et le temps nécessaire pour atteindre les objectifs : 				
MARKETING OPERATIONNEL					
<p>Construction de l'offre à lancer sur le marché :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition du produit : • Fixation du prix : <p>Distribution de l'offre :</p> <p>Communication de l'offre :</p>	<p>A RENSEIGNER EN FONCTION DE LA SITUATION OBSERVEE</p>				

