Cours

Intro :

Étude de marché est le point de départ de tout projet, elle doit être rigoureuse. Hagen-Dazs n’a pas pris en compte la consommation de glace en France. Starbucks n’a pas pris en compte les préférences des australiens qui est de boire des cafés dans des petits cafés. Essensis, pas posé la question à la cible si attirée par le produit, arrivé lors de la crise et vendu + chère, texture différente qui n’a pas plus.  
Si on ne fait pas attention aux préférences locales, à la concurrence, qu’on n’a pas fait d’études suffisantes sur les préférences de la cible, on risque de se planter

Markéting stratégique : décision de l’entreprise sur du long terme (travailler sur quelle est la cible + le positionnement de la cible = position par rapport au concurrent)

Marketing opérationnel : les 4P :

- [la politique produit](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-produit/)  
- [la politique de prix](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-prix/)  
- [la politique de communication](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-communication/) (promotion en anglais)  
- [la politique de distribution](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-distribution/) (placement en anglais)



