

LA DESCRIPTION

Vos clients sont-ils tous rentables ? Doit-on relancer une gamme de produits en déclin ? Avez-vous compris et étudié vos concurrents ? Etc. L'originalité de ce livre réside dans la formulation de 12 questions essentielles que devrait se poser tout responsable marketing en entreprise. L'auteur accompagne le lecteur dans l'appropriation des différentes problématiques marketing soulevées aussi bien dans : la phase de diagnostic ; le choix des objectifs ; la définition de la stratégie ; sa mise en oeuvre ; son pilotage. L'ouvrage aide le lecteur à formuler ses propres questions, en lui proposant des pistes de réflexion que chacun pourra adapter au cas qu'il aura à traiter. Enfin, l'auteur apporte les premières réponses aux questions posées, en les illustrant avec des nombreux exemples.

QUE DIT GOOGLE SUR CE LIVRE?

Vos clients sont-ils tous rentables ? Doit-on relancer une gamme de produits en déclin ? Avez-vous compris et étudié vos concurrents ? Etc. L'originalité de ce ...

Découvrez Les outils du marketing stratégique et opérationne ainsi que ... Livres Outils : Edition: 2e édition ... Marketing stratégique et opérationnel ...

Découvrez Les outils du marketing stratégique et opérationnel le livre de Yves Pariot sur decitre.fr - 3ème libraire sur Internet avec 1 million de livres ...

LES OUTILS DU MARKETING STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL (2E ÉDITION)

[Lire la suite...](#)