

Ressource R3.MMPV.16 : Marketing du point de vente

Parcours : MMPV **Heures :** 13 heures dont 4 heures de TP

Descriptif

Contribution au développement de la ou les compétences ciblées :

- Comprendre les évolutions et les stratégies de développement des différents acteurs de la distribution
- Comprendre un concept d'enseigne et maîtriser ses leviers opérationnels
- Analyser le comportement du consommateur face au point de vente
- Mettre en oeuvre la stratégie d'une enseigne : point de vente physique et/ou virtuel
- Savoir déterminer le potentiel commercial d'une zone de chalandise (géomarketing).

Mots clés : Enseignes – parcours – géomarketing

Contenu Pédagogique

- Stratégies et marketing mix du fabricant
- Stratégies et marketing du distributeur : enseigne, positionnement, structuration de l'offre, communication nationale /

régionale

- Facteurs d'ambiance en magasin : marketing sensoriel, théâtralisation
- Rôle et enjeux des marques et de la MDD (tant pour le producteur que pour le distributeur)
- Choix du point de vente par le consommateur, son comportement en magasin, digitalisation de la relation client
- Principes, dimensions, mise en oeuvre du géomarketing

Compétences Ciblées

Piloter un espace de vente

Apprentissages Critiques Liés

- AC23.04
- AC21.04
- AC22.04
- AC25.04MMPV
- AC22.06
- AC25.01MMPV
- AC23.01
- AC25.05MMPV
- AC22.05
- AC21.03
- AC25.03MMPV

- AC24.02MMPV
- AC24.03MMPV
- AC22.01
- AC22.02
- AC24.01MMPV
- AC22.03
- AC21.02
- AC25.02MMPV
- AC23.03
- AC21.01

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET	Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
Secrétariat	iut-sec-tc@univ-lehavre.fr
Caroline MILCENT-MONTIER	Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Sylvie LEBER	Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr