



**Merchandising Management : Livre +
compléments en ligne/Licence 1 an**



Télécharger



Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an

Jacques Dioux

Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an Jacques Dioux

 [Télécharger Merchandising Management : Livre + compléments en ...pdf](#)

 [Lire en ligne Merchandising Management : Livre + compléments ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an Jacques Dioux

350 pages

Extrait

Appréhender le merchandising management dans sa globalité

«Nous vivons dans un monde moucheté, un monde riche de choses différentes, dotées de natures différentes, se comportant de manières différentes. Les lois qui décrivent ce monde sont un patchwork, non une pyramide. Elles ne ressemblent pas à la structure simple, élégante et abstraite d'un système d'axiomes et de théorèmes.»

Nancy Cartwright London School of Economies

Objectifs du chapitre

Le merchandising existe depuis toujours, c'est l'expression même du commerce. Il consiste dans son sens le plus simple, mais aussi le plus global, à commercialiser des marchandises, notamment en agissant sur leur présentation depuis le fabricant jusqu'au détaillant et au client, le consommateur final. Toutefois, l'originalité du merchandising pratiqué dans le commerce moderne, tient au fait qu'il est à fois un ensemble de techniques opérationnelles et un concept très large, étroitement lié au marketing.

C'est pourquoi, dans une première phase, nous rappellerons le concept marketing et son évolution due notamment aux nouvelles technologies interactives. Puis, pour appréhender le merchandising management dans toute sa globalité et sa transversalité interactive, nous étudierons les fondements du merchandising, et ses différentes acceptions. Nous montrerons ensuite la nécessité d'une culture générale du merchandising, qui permet l'ouverture d'esprit, la compréhension des observations et l'adaptation aux changements constants de l'environnement commercial. La phase suivante sera consacrée aux nouveaux territoires du merchandising, depuis les nouvelles motivations des clients jusqu'aux nouveaux concepts de vente et aux extensions d'activités du merchandising. Enfin, à partir de ces analyses, nous étudierons la globalité et la transversalité du merchandising management

En effet, les nouveaux concepts de vente physiques et virtuels, les nouveaux territoires du merchandising, les nouvelles technologies ont créé de nouvelles conditions de commercialisation que seul le Merchandising Management, en intégrant le merchandising de base, permet d'exploiter avec profit, tout en répondant aux nouveaux besoins des clients et en ouvrant sur les possibilités de demain. Présentation de l'éditeur

Le merchandising est trop souvent réduit à des techniques de répartition des espaces et de présentation des produits qui ne sont qu'une partie du merchandising global de l'entreprise.

C'est en cela que le guide «Merchandising Management» est innovateur, car, en intégrant tous les facteurs qui conditionnent le merchandising - et la multiplicité des actions qui en découlent - il constitue une méthode globale d'observation, d'analyse, de réflexion et d'action avec un but ultime : créer de la valeur, pour le client lui-même et pour l'entreprise.

Ainsi, cet ouvrage décrit, avec de nombreux exemples, les actions merchandising à mener dans tous les domaines physiques et virtuels : acteurs, produits dérivés, offre commerciale, supply chain, transcanal, retailtainment, ergonomie des univers, lieux commerciaux physiques et virtuels, réseaux communautaires, nouvelle fidélisation client...

Deux chapitres sont dédiés exclusivement aux nouvelles technologies interactives, omniprésentes dans tous les autres chapitres.

Le dernier chapitre est, quant à lui, consacré au repositionnement, condition absolue de l'efficacité pérenne du merchandising.

On pourra découvrir en un seul coup d'oeil en 2e de couverture la galaxie des 21 étapes de la méthode et, en tête de chacun des 21 chapitres, les 21 galaxies spécifiques.

JACQUES DIOUX

CNAM (4 cours), HEC CPA EMBA (Executive Master Business Administration). Expert Distribution auprès de l'Académie des Sciences Commerciales (ASC). Past-Président du Comité des Experts internationaux de l'Association Internationale de la Distribution (AIDA Bruxelles).

Homme de terrain, de réflexion et de stratégie/action, Jacques Dioux a créé et exploité pendant 25 ans sa propre entreprise : «Jacques Dioux Conseil en Commercialisation et développement». Il a assuré plus de 300 missions pour des distributeurs et des fournisseurs en France, Belgique, Suisse, Canada, ' États-Unis, Grande-Bretagne...

Il est l'auteur d'ouvrages de référence dédiés à la distribution, au merchandising et à la communication commerciale, Grand Prix de l'Innovation Merchandising, 1991.

Philippe Moati (Introduction) est économiste, professeur d'économie à l'Université de Paris-Diderot. Ancien directeur de recherche au Crédoc, il est aujourd'hui coprésident-fondateur de l'Observatoire Société et Consommation (Obsoco). Il a, notamment, publié L'avenir de la grande distribution, Odile Jacob, 2001 et La nouvelle révolution commerciale, Odile Jacob, 2011.

Gérard Gallo (Cahier central multicanal et fidélisation client) est ingénieur Agro, IAE Paris et a obtenu une Maîtrise d'informatique à Jussieu. Actuellement conseiller du Président de taSer Group, il a été directeur marketing de Monoprix et directeur général de l'Échangeur (Laser Group).

Apports de Pierre Georget, Jean Watin-Augouard, Gérard Caron, et témoignages d'universitaires et de professionnels reconnus dans leurs domaines

Compléments en ligne : contrôle des connaissances, exercices de m réflexions/actions, ressources complémentaires. Pour toutes informations, voir les conditions sur les rabats de couverture.

www.merchandising-management.deboeck.com Biographie de l'auteur

Homme de terrain, de réflexion et de stratégie/action, Jacques Dioux a crée et exploité pendant 25 ans sa propre entreprise : "Jacques Dioux Conseil en Commercialisation et développement". Il a assuré plus de 300 missions pour des distributeurs et des fournisseurs en France, Belgique, Suisse, Canada, Etats-Unis, Grande-Bretagne... Il est l'auteur d'ouvrages de référence dédiés à la distribution, au merchandising et à la communication commerciale, Grand Prix de l'Innovation Merchandising, 1991. Philippe Moali (Introduction) est économiste, professeur d'économie à l'Université de Paris-Diderot. Ancien directeur de recherche au Crédoc, il est aujourd'hui coprésident-fondateur de l'Observatoire Société et Consommation (Obsoco). Il a, notamment, publié L'avenir de la grande distribution, Odile Jacob, 2001 et La nouvelle révolution commerciale, Odile Jacob, 2011. Gérard Gallo (Cahier central multicanal et fidélisation client) est ingénieur Agro, IAE Paris et a obtenu une Maîtrise d informatique à Jussieu. Actuellement conseiller du Président de LaSer Group, il a été directeur marketing de Monoprix et directeur général de l'Echangeur (Laser Group).

Download and Read Online Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an Jacques Dioux #O06RUPVAJH9

Lire Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par Jacques Dioux pour
ebook en ligneMerchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par Jacques Dioux
Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres,
livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne,
bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les
livres Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par Jacques Dioux à lire en
ligne.Online Merchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par Jacques Dioux
ebook Téléchargement PDFMerchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par
Jacques Dioux DocMerchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par Jacques
Dioux MobipocketMerchandising Management : Livre + compléments en ligne/Licence 1 an par Jacques
Dioux EPub

O06RUPVAJH9O06RUPVAJH9O06RUPVAJH9