


| | | |
|---|---|---|
|  | Up ! Enhanced Management | Première édition |
| | 3 Le marketing 3.1 Introduction | http://www.up-comp.com contact@up-comp.com |

3.1.1.9 La valeur d'une offre

&

Le client associe au produit ou au service proposé une **valeur** correspondant à sa capacité à combler son besoin.

3.1.1.10 La satisfaction

&

La **satisfaction** est l'état dans lequel le client est lorsque le produit ou le service atteint ou dépasse ses attentes.

3.1.1.11 L'entreprise

&

L'**entreprise** est une organisation cherchant à élaborer des offres puis à les proposer à des clients.

Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée, appartenant au secteur marchand ou non-marchand.

3.1.1.12 La société

&

La **Société** est la communauté des individus avec leurs lois, leurs croyances, leurs coutumes, leurs habitudes et leurs comportements.

3.1.2 Les relations entre les concepts

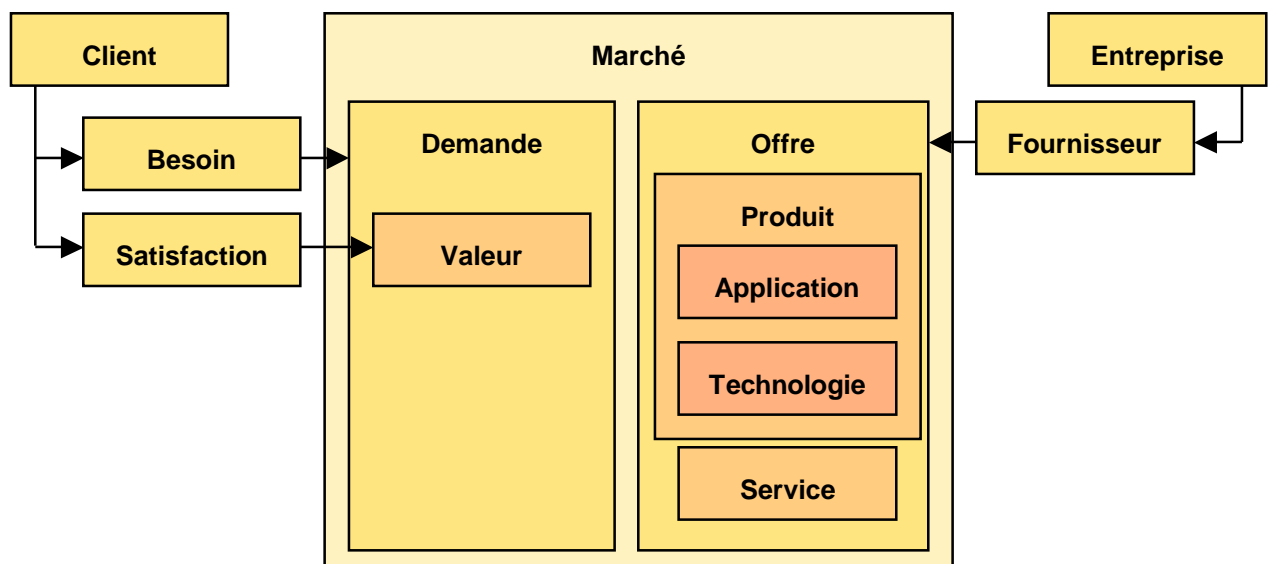


Figure 10 – Les concepts du marketing

3.1.3 La définition du marketing

&

Le **marketing** est un processus social et managérial par lequel les individus et les groupes obtiennent ce dont ils ont besoin, par le biais de la création et de l'échange de produits.

Avec le temps, la définition s'est étoffée en vue d'intégrer les dimensions suivantes :

- Le **marketing socialement correct**.
Le processus cherche à maintenir ou à faire progresser le bien-être des clients et de la société.

M

Les industriels du jouet utilisent des techniques de production entièrement automatisées ou complètement sous-traitées à l'étranger alors que le chômage est important dans le pays domestique.