	Up ! Enhanced Management	Première édition
	3 Le marketing 3.5 Le marketing spécialisé	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

3.5.1.2 La matérialisation de la relation client-fournisseur

Afin de pouvoir travailler durablement, il est nécessaire de matérialiser cette relation sociale avec des outils plus opérationnels que des contrats commerciaux :

- Une norme qualité **ISO 9000** énonçant au client comment le fournisseur doit produire son offre.
Nous y retrouvons l'organigramme, les procédures de fonctionnement, les nomenclatures, la description des tâches, les responsabilités des acteurs, les procédures contrôle, etc.
- Un **planning prévisionnel de fourniture de produits en volume et en nature** énonçant au fournisseur ce qu'il devra produire pour le client.
Il permet au fournisseur d'alimenter le client en juste à temps.

&

Cette relation, lorsqu'elle est stratégique, devient une alliance. Ainsi, les entreprises sont reliées entre elles par des partenariats, exclusifs ou non au regard de la concurrence. Ceci est le principe du **management en réseau**.

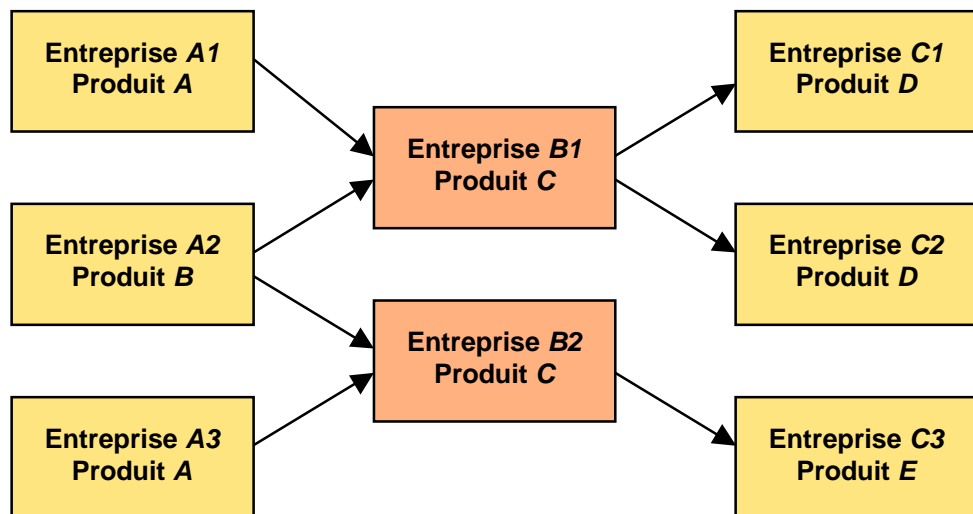


Figure 28 – Le management en réseau

Dans l'exemple ci-dessus :

- Les entreprises **A1** et **A3** fabriquent le produit **A**.
- L'entreprise **A2** fabrique un produit **B** pour les entreprises **B1** et **B2** qui fabriquent un produit **C** à partir des produits **A** et **B**.
- Les entreprises **C1** et **C2** fabriquent le produit **D** à partir du produit **C** fabriqué par **B1**.
- L'entreprise **C3** fabrique le produit **E** à partir du produit **C** fabriqué par **B2**.

3.5.1.3 L'approche solution

Le client achète une solution à son problème, caractérisée par un produit, un transfert de solution, caractérisé par un service, et un potentiel de développement, caractérisé par l'innovation.