

CHAPITRE 1 – L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

1. Qu'est-ce qu'une activité commerciale?

Une activité commerciale consiste à acheter pour revendre dans le but de faire un profit.

Une entreprise commerciale ne fabrique pas : elle revend des produits déjà faits.

2. Le marketing (ou mercatique)

a. Définition : Le marketing est l'ensemble des techniques utilisées pour connaître les besoins des consommateurs et y répondre efficacement.

b. Les étapes de la démarche marketing :

1. Étude de marché : connaître les attentes des clients.
2. Segmentation : diviser le marché en groupes (jeunes, adultes, femmes, etc.).
3. Ciblage : choisir un ou plusieurs groupes à satisfaire.
4. Positionnement : choisir comment se différencier (ex. : pas cher, bio, luxe...).

3. Le marketing-mix : les 4P

Produit : choix du produit, qualité, design, emballage...

Prix : fixé selon les coûts, la concurrence, et les clients

Place (distribution) : comment vendre le produit (en ligne, magasin, etc.)

Promotion (communication) : faire connaître le produit (pub, promos, réseaux sociaux...)

4. Le produit

Doit répondre aux attentes du consommateur.

Tient compte de la qualité, du packaging, de la marque, du service après-vente, etc.

5. Le prix

Fixé selon : le coût de revient, la concurrence, ce que le client est prêt à payer.

Exemples de stratégies :

- Prix bas pour attirer (**pénétration**)
- Prix élevé pour cibler les riches (**écrémage**)
- Prix comme les autres (**alignement**)
- Prix en promotion (**réduction temporaire**)

6. La distribution (place)

Mettre le produit au bon endroit, au bon moment.

Types de circuits :

- Direct : sans intermédiaire (producteur → client)
- Court : un seul intermédiaire
- Long : plusieurs intermédiaires

Canaux de vente :

- Physique : en magasin
- Numérique : en ligne

7. La communication (promotion)

But : informer, influencer les clients.

Moyens :

- Publicité (TV, affiches, réseaux sociaux...)
- Promotions (soldes, offres spéciales...)
- Marketing direct (SMS, emails...)
- Relations publiques (événements, sponsoring)
- Force de vente (commerciaux)
- Communication digitale (réseaux sociaux, Google, influenceurs...)