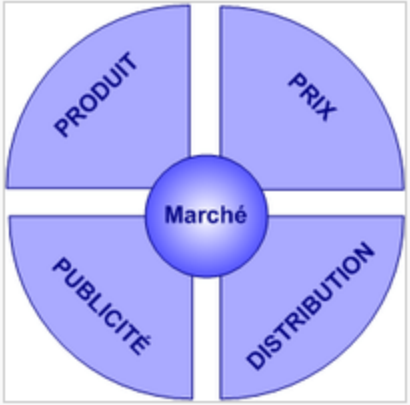
Le Mix Place (Distribution)

Le Mix Marketing

Les principales variables d'action marketing sont réparties dans les 4 P de la façon suivante :



Les quatre politiques : une répartition arbitraire de l'analyse du marché

Produit	Prix	Place (distribution)	Promotion (communication)
Qualité	Tarif	Canaux de distribution	Publicité
Caractéristiques et options	Remise	Points de vente	Promotion des ventes
Marque	Rabais	Zones de chalandise	Force de vente
Style	Conditions de paiement	Stocks et entrepôts	Marketing direct
Tailles	Conditions de crédit	Assortiment	Relations publiques
Conditionnement		Moyens de transport	
Service après-vente			
Garantie			

*La nature des **canaux** choisis a une incidence sur toutes les autres variables du MIX.*
Le choix des circuits de distribution lie l'entreprise pour une période relativement longue.

1) PRINCIPE

la DISTRIBUTION comprend l'ensemble des opérations qui permettent d'acheminer un produit du lieu de production jusqu'à la mise à disposition du consommateur ou de l'utilisateur :

ACHAT aux producteurs
TRANSPORT
REGROUPEMENT des produits
ECLATEMENT des produits
STOCKAGE
PROMOTION
SAV…

Avec 2 FONCTIONS :
=>la fonction de GROS
acheter des marchandises par quantités importantes et les vendre à des revendeurs, des utilisateurs et des collectivités, à l'exclusion des consommateurs finaux.
=>la fonction de DETAIL
acheter des marchandises pour les revendre au consommateur ou à l'utilisateur final.

2) LES DIFFERENTS CIRCUITS

1) circuit DIRECT *(aucun intermédiaire)*

PRODUCTEUR ⇨ CONSOMMATEUR

Exemples :

Vente directe, VPC (si vendeur = fabricant), Vente à domicile…

2) Circuit COURT *(un intermédiaire)*

PRODUCTEUR ⇨DETAILLANT ⇨CONSOMMATEUR

Exemples :

Détaillant, vente sur les marchés, ventes de services bancaires sur internet, Fruits et légumes (directement au maraîcher)

3) Circuit LONG *(plusieurs intermédiaires)*

PRODUCTEUR ⇨ GROSSISTE ⇨ DETAILLANT ⇨ CONSOMMATEUR

Exemples : Viande de boucherie, fleurs, ….

3) LES METHODES DE VENTES

Méthodes de VENTE	*exemples*	*remarques*
traditionnelle		
en libre-service		
distributeur automatique		
Vente à distance		
Vente sur les marchés		
Vente par tournées		
Vente à domicile		

3) LES METHODES DE VENTES

Méthodes de VENTE	*exemples*	*remarques*
traditionnelle	*détaillant*	
en libre-service	*Supérette*	
	supermarchés	
	hypermarchés	
	autres	*Vidéos, « Drives »…*
distributeur automatique		*Vidéos, billetterie, pain, frites…*
Vente à distance	*VAD*	*La Redoute, 3 Suisses…*
	e-commerce	*Explose !*
Vente sur les marchés		*Rural, parfois rurbain…*
Vente par tournées		*rural*
Vente à domicile		*Tupperware, vins, pizzas…*

4) LES DIFFERENTES FORMES DE COMMERCE

Le commerce intégré

- grands magasins : PRINTEMPS

- magasins populaires : MONOPRIX

- maisons à succursales multiples (MAS) : magasins détenus par l'enseigne Séphora

- grandes surfaces (spécialisées ou non) et discounters : Carrefour, Ikéa, Leroy Merlin, IKEA

- magasins d'usine : à Troyes, Roubaix

- coopératives de consommateurs : Coop Atlantique

4) LES DIFFERENTES FORMES DE COMMERCE

Commerce indépendant :

- grossistes
- détaillants

Commerce associé :

- groupement de grossistes
- coopératives de détaillants : Leclerc
- chaînes volontaires : Caténa
- franchise

5) LES STRATEGIES DE DISTRIBUTION

- *Distribution ouverte ou intensive* : accepter de diffuser le produit à grande échelle (à tous les détaillants ou points de vente qui le souhaitent)

  → produits de grande consommation

- *Distribution sélective* : sélectionner les points de vente

  → cosmétiques, bijoux, vêtements haut de gamme

- *Distribution exclusive* : sélectionner des points de vente qui ne diffusent que sa marque

  → produits de luxe, techniques

Multi Canal – Kéçako ?

- Un mot à la mode, quoique…
- Une tendance de fond de transformation du commerce du produit vers le client

CUSTOMER CENTRIC

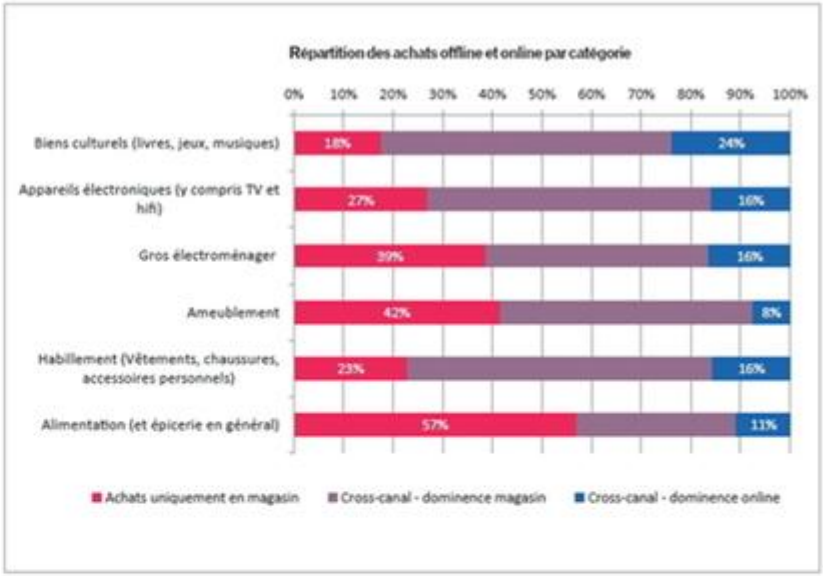
L'évolution du concept

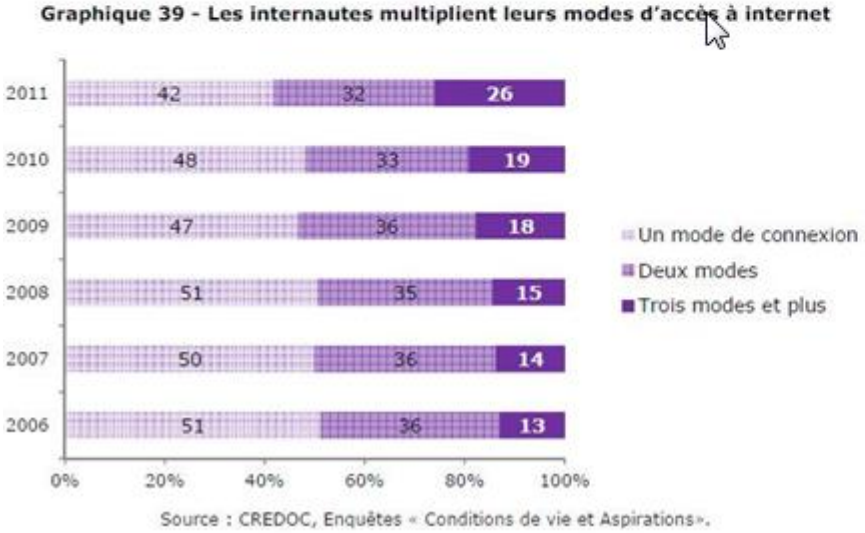
Le commerce omni canal

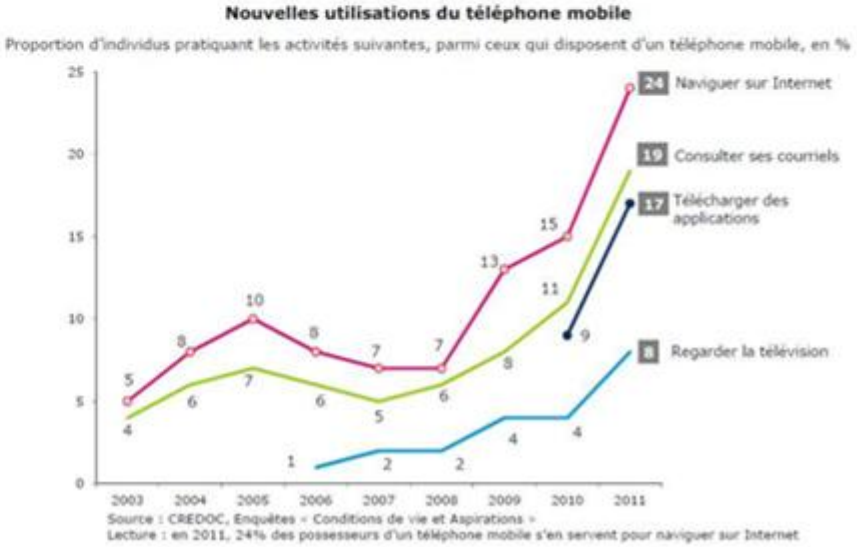
Tout, partout, tout le temps, comme je veux

Quelques chiffres

Ça change encore beaucoup
Et ça change vite !







DECATHLON

Rechercher un produit ou une référence

Mon compte
Mon espace fidélité

Bouc Bel Air
(changer)
Nous contacter

MON PANIER (0)

ACCUEIL | SPORTS | MARQUES | FEMME | ENFANT | HOMME | GRANDES TAILLES

Oxelo > ROLLER DIABOLO HOMME

ZOOM VIDÉO

ROLLER DIABOLO HOMME

(Ref : 8125846)

oxelo

le Roller qui permet de freiner tout simplement

CONÇU POUR Freiner, tout simplement et prendre plaisir en roller, déjouer les pièges de la ville, et profiter pleinement des descentes.

› Voir la fiche technique

SÉLECTIONNEZ VOTRE TAILLE :

39 | 40 | 41
42 | 43 | 44
45 | 46

› Quelle taille choisir ?

QUANTITÉ : 1

PRIX INTERNET
En stock. Expédié en 1 jours ouvrés

79,95 € Ajouter au panier

PRIX DE VOTRE MAGASIN BOUC BEL AIR

79,95 € Réserver en magasin

Note des utilisateurs : 4/5

› Lire les 39 avis
› Rédiger un avis

J'aime 36

DECATHLON

Mon compte
Mon espace fidélité
Bouc Bel Air (changer)
Nous contacter
MON PANIER (0)

ACCUEIL | SPORTS | MARQUES | FEMME | ENFANT | HOMME | GRANDES TAILLES

Oxelo > ROLLER DIABOLO

Vous avez choisi

FERMER

ROLLER DIABOLO HOMME
Taille 43
79,95 €

Disponibilité dans votre magasin **Bouc Bel Air** :

4 article(s) en Stock*

* disponibilité donnée à titre indicatif. Des ventes peuvent être en cours dans le magasin. Si vous reservez en ligne, la disponibilité vous sera confirmée par téléphone ou e-mail sous 1 heure avant votre venue en magasin.

Réserver ce produit dans votre magasin Bouc Bel Air

QUANTITÉ : 1 | Réserver dans ce magasin

Information valable pour le magasin Bouc Bel Air le 12/05/12 16:02:38

oxelo

Ajouter au panier

Note des utilisateurs : 4/5
Lire les 28 avis
Rédiger un avis
J'aime 36

ZOOM | VIDEO

BESOIN D'AIDE ?

Notre Service Client peut vous aider à finir votre réservation ou répondre à vos questions

N°Cristal 09 69 32 35 66
ou contactez-nous. APPEL NON SURTAXÉ

ÉTAPE 1

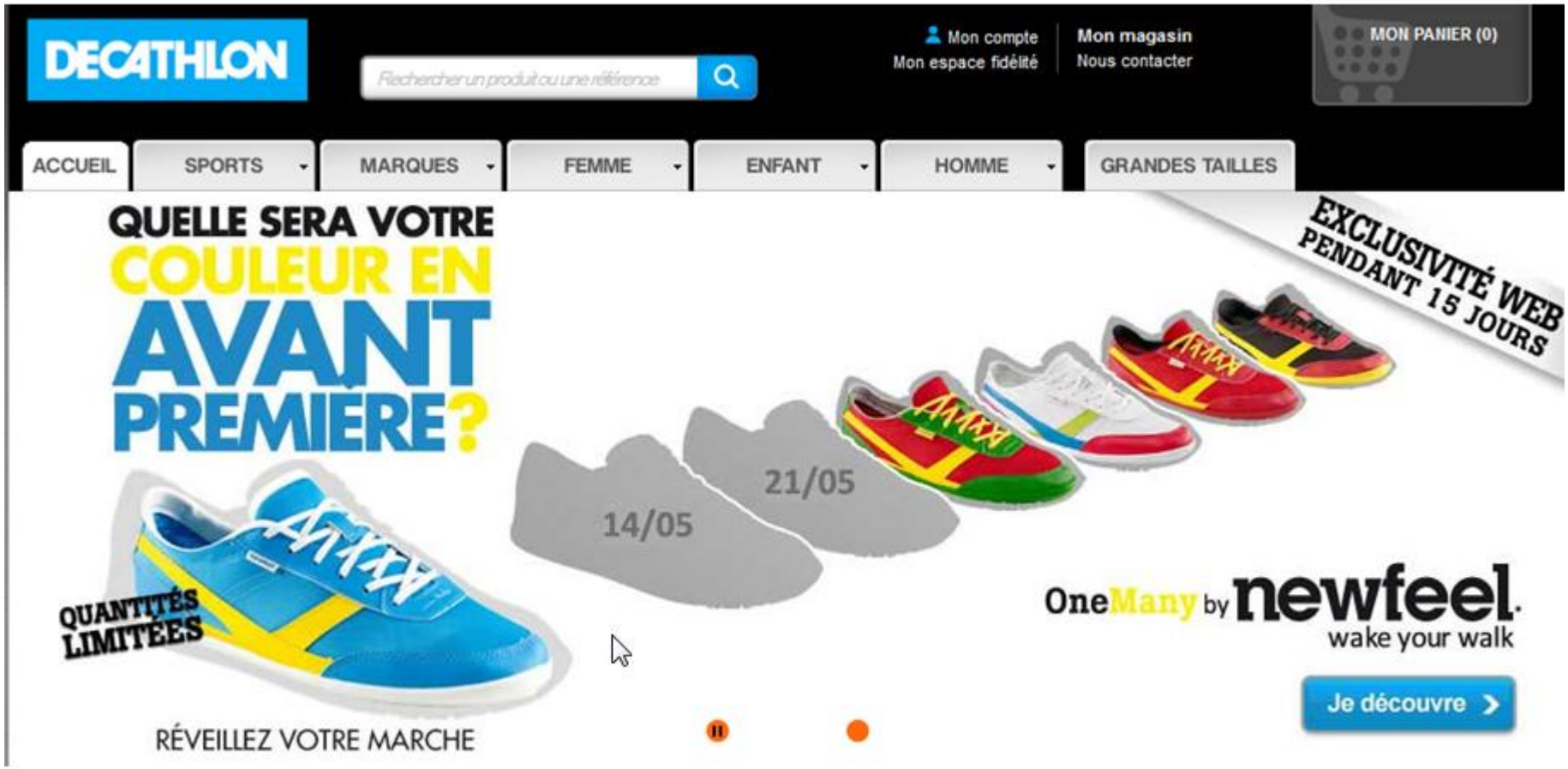
Je réserve et je paie en ligne les produits de mon magasin

ÉTAPE 2

Sous 1h, je reçois confirmation que ma réservation est prête

ÉTAPE 3

J'ai 3 jours pour me rendre en magasin et retirer ma réservation


DECATHLON
Rechercher un produit ou une référence
Mon compte
Mon espace fidélité
Mon magasin
Nous contacter
MON PANIER (0)
ACCUEIL
SPORTS
MARQUES
FEMME
ENFANT
HOMME
GRANDES TAILLES
QUELLE SERA VOTRE
COULEUR EN
AVANT
PREMIERE?
EXCLUSIVITÉ WEB
PENDANT 15 JOURS
14/05
21/05
QUANTITÉS
LIMITÉES
RÉVEILLEZ VOTRE MARCHE
OneMany by newfeel.
wake your walk
Je découvre

ON move mobile

Valorisez vos pratiques sportives grâce aux fonctions **essentielles** & **exclusives** de l'application ONmove mobile.

Entrez dans l'expérience !

Disponible sur App Store

Disponible sur Android Market

Un retour visuel et vocal sur

- le temps & la distance parcourus
- la vitesse
- les calories brulées

Différents modes de séances

- séance libre
- temps
- distance
- distance + temps

Lecteur MP3

- accès direct à vos playlists

Visualisation de vos parcours

- cartes & tracés GPS

Partage vers les communautés

- Facebook
- Twitter

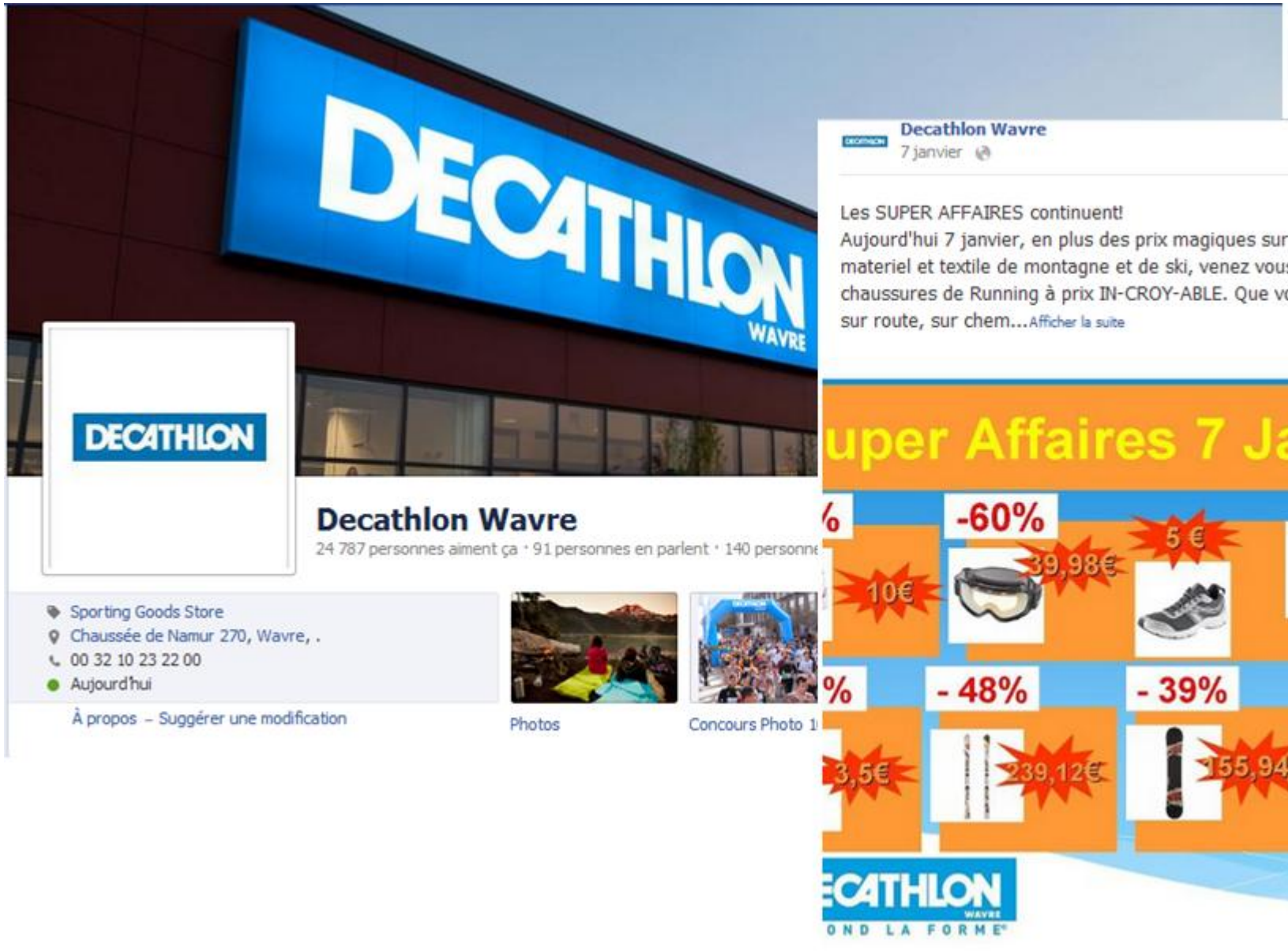
Pêcheur.com, la pêche, toute la pêche, et encore plus que la pêche
OFFRE SPECIALE OUVERTURE CARNASSIER
sur votre abonnement magazine La Pêche et les Poissons Près de 6 mois d'abonnement GRATUITS - JUSQU'AU 31/05/2012
Afficher
PÊCHEUR .com
les naturophiles
Aujourd'hui, Samedi 12 mai
un choix de 105 942 références
RECHERCHER
Contact | Retour Produits | Questions/Réponses
Mon Espace Client
Déjà client ?
Identifiez-vous.
Mon Panier
0 article
0 €
+1 74
Pêche | Nautisme | Chasse | Animalerie | Camping & Plein air | Habillement | Média/Déco/Cadeaux | Produits Flash
Nos marques de A à Z A . B . C . D . E . F . G . H . I . J . K . L . M . N . O . P . Q . R . S . T . U . V . W . X . Y . Z
OPÉRATION SPÉCIALE
Jusqu'au 02 juin 2012 minuit
LOWRANCE
Jusqu'à 200€ Remboursés
En savoir +

アウトドア&スポーツ ナチュラムへようこそ!

釣り具、釣り用品からキャンプ、フィットネスまで、3ショップ約40万点の商品数を誇る世界最大級のネットシ

フィッシング | アウトドア | スポーツ

ただいま開催中!! キャンペーン&新着オススメ情報はこちら


DECATHLON
WAVRE
DECATHLON
Decathlon Wavre
24 787 personnes aiment ça · 91 personnes en parlent · 140 personne
Sporting Goods Store
Chaussée de Namur 270, Wavre, .
00 32 10 23 22 00
Aujourd'hui
À propos – Suggérer une modification
Photos
Concours Photo 1
Decathlon Wavre
7 janvier
Les SUPER AFFAIRES continuent!
Aujourd'hui 7 janvier, en plus des prix magiques sur tout notre materiel et textile de montagne et de ski, venez vous offrir des chaussures de Running à prix IN-CROY-ABLE. Que vous couriez sur route, sur chem...Afficher la suite
uper Affaires 7 Janvie
-60%
10€
39,98€
5 €
- 48%
- 39%
- 35%
3,5€
239,12€
155,94€
12,96€
ECATHLON
WAVRE
OND LA FORME

10 943 363 fans | Avg Age: 32 | Avg Income: $49k | Profile | Map

Basic Demographics

Gender	Fans	%
Total	10 749 117	100%
Male	5 568 641	52%
Female	5 180 476	48%

Status	Fans	%
Total	5 753 591	100%
Married	2 404 057	42%
Single	1 914 366	33%
In a Relationship	1 182 404	21%
Engaged	252 764	4%

Age Bracket	Fans	%
Total	4 843 742	100%
13-16	187 734	4%
17-21	746 754	15%
22-28	1 384 204	29%
29-35	985 725	20%
36-45	842 179	17%
46-58	478 847	10%
59-70	147 663	3%
71+	70 636	1%

Education Level	Fans	%
Total	7 509 387	100%
High School	1 699 389	23%
College	4 519 654	60%
Graduate School	1 290 344	17%

Note: All results exclude undeclared values

Geographic Profile

Urbanicity	Fans	%
Total	5 841 533	100%
Urban	4 650 917	80%
Rural	1 190 616	20%

Metro Area	Fans	%
Total	5 739 503	100%
New York	361 151	6%
Los Angeles	195 834	3%
Washington, D.C.	169 046	3%
Chicago	123 158	2%
San Francisco-Oakland	103 376	2%
London	96 011	2%
Atlanta	91 010	2%

Country	Fans	%
Total	6 719 814	100%
United States	3 675 245	55%
Brazil	254 093	4%
India	217 484	3%
United Kingdom	203 341	3%
Mexico	179 715	3%
Canada	163 086	2%
Philippines	127 431	2%
Germany	112 573	2%
Italy	99 238	1%
Australia	83 750	1%
Portugal	83 059	1%

Estimated Income Profile

Income Bracket	Fans	%
Total	6 040 280	100%
Less than $25K	1 866 499	31%
$25K-$35K	557 409	9%
$35K-$50K	936 656	16%
$50K-$60K	729 542	12%
$60K-$80K	940 369	16%
$80K-$100K	404 804	7%
$100K-$140K	426 686	7%
$140K-$160K	70 563	1%
$160K-$200K	71 016	1%
More than $200K	36 736	1%

Language Profile

Language	Fans	%
Total	10 939 446	100%
English (US)	7 453 684	68%
English (UK)	690 537	6%
Spanish	610 413	6%
Portuguese (Brazil)	314 201	3%
German	226 037	2%
French (France)	186 884	2%
Italian	157 383	1%
Japanese	142 594	1%
Spanish (Spain)	132 071	1%
Portuguese (Portugal)	124 793	1%

Wisdom Network | Summary | Demographics | Page Likes | Psychographics | Scores

10 943 363 fans

Avg Age: 32 Avg Income: $49k

Profile Map

Map Satellite Hybrid

Size by Fans

Kalaallit Nunaat (Greenland)

Suomi (Finland)

Sverige (Sweden)

Ísland (Iceland)

Россия (Russia)

Canada

North Pacific Ocean

North Atlantic Ocean

Україна (Ukraine)

Казакстан (Kazakhstan)

Монгол улс (Mongolia)

中国 (China)

日本 (Japan)

Türkiye (Turkey)

الجزائر (Algeria)

ليبيا (Libya)

العراق (Iraq)

ایران (Iran)

(Afghanistan)

(Pakistan)

India

Mali

Niger

Tchad (Chad)

السودان (Sudan)

Ethiopia

Nigeria

Venezuela

Colombia

Brasil (Brazil)

Bolivia

Chile

Argentina

South Pacific Ocean

South Atlantic Ocean

DR Congo

Tanzania

Angola

Namibia

Botswana

Madagasikara (Madagascar)

South Africa

Indian Ocean

Indonesia

Papua New Guinea

Australia

New Zealand

Southern Ocean

Google

©2012 Google

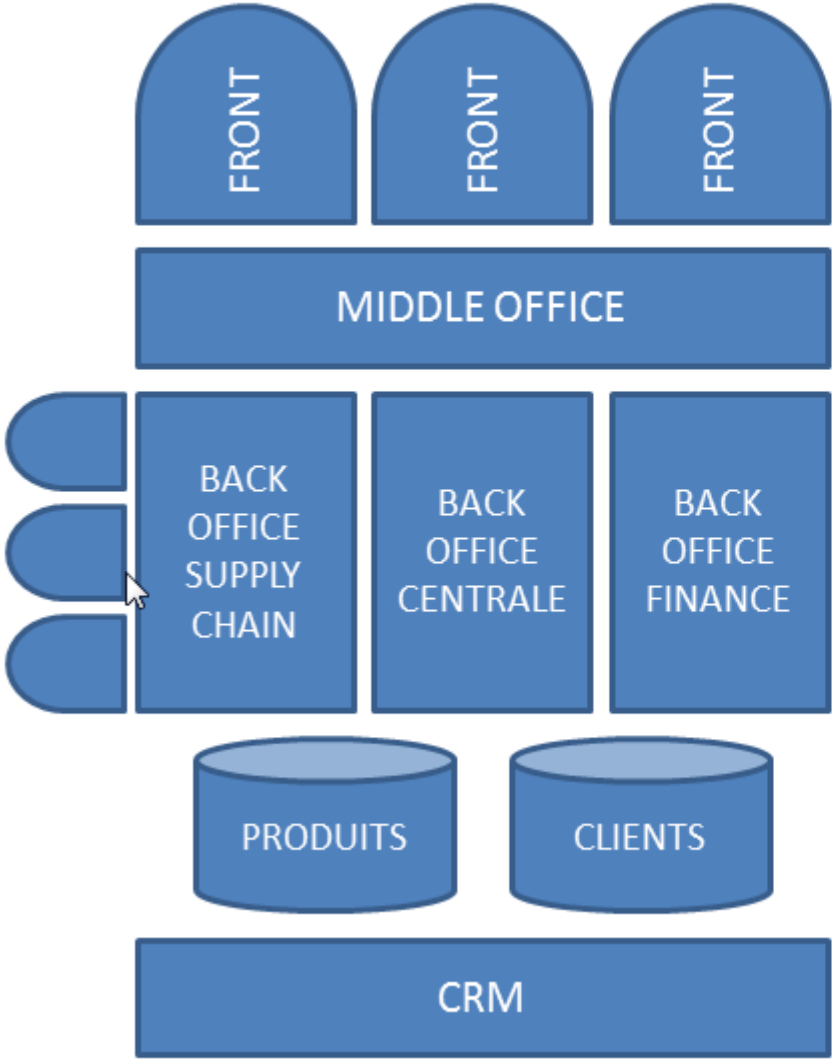
Wisdom Network

Summary Demographics Page Likes Psychographics Scores

Les problèmes SI que cela entraine

- Prix (Off line / on line)
- Acceptation par le canal historique
- Assortiments
- Clients
- Passer et suivre les commandes
- Livraisons et services
- retours

Architecture SI Omni Canal



Frontaux spécialisés par type de canal : Physique, Digital

Création d'une couche de convergence du parcours client pour une expérience fluide

Convergence des Back Offices de l'entreprise

Mutualisation des moyens logistique de mise à disposition des produits aux clients

Catalogue des produits et fichier client uniques

Relation client de Marque

Quelques exemples de nouvelles formes de commerce : Auchan Drive

Quelques exemples de nouvelles formes de commerce : Auchan Drive

- Objectif : Nouveau service pour augmenter l'attractivité de l'enseigne et des sites commerciaux

- Complexité :
  - Rythme d'approvisionnement différent
  - Visibilité des stocks
  - Rentabilité de la préparation
  - Temps d'attente du client

Quelques exemples de nouvelles formes de commerce : Tesco

TESCO
Every little helps

Comment développer le CA sans augmenter le nombre de magasins ?

Lien vers la vidéo

Quelques exemples de nouvelles formes de commerce : Adidas

Comment présenter une offre produit illimité sans agrandir les magasins ?

http://www.youtube.com/watch?v=7uCWRAgN51A

Quelques exemples de nouvelles formes de commerce : NFC