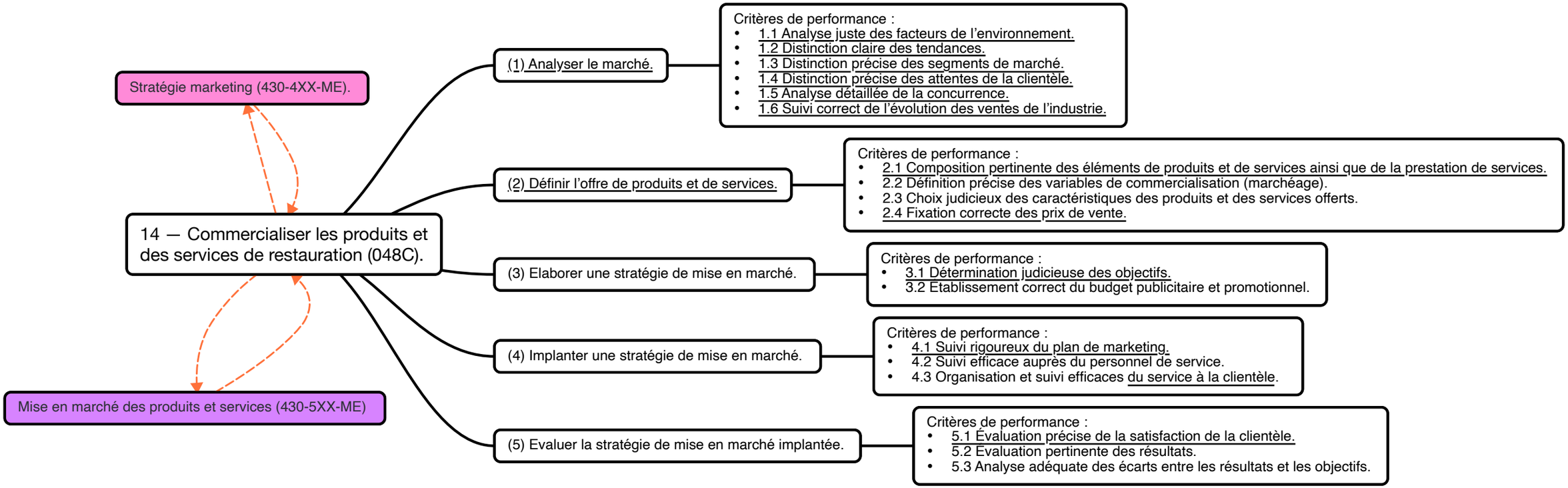
Stratégie marketing (430-4XX-ME).
14 — Commercialiser les produits et des services de restauration (048C).
Mise en marché des produits et services (430-5XX-ME)
(1) Analyser le marché.
Critères de performance :
• 1.1 Analyse juste des facteurs de l'environnement.
• 1.2 Distinction claire des tendances.
• 1.3 Distinction précise des segments de marché.
• 1.4 Distinction précise des attentes de la clientèle.
• 1.5 Analyse détaillée de la concurrence.
• 1.6 Suivi correct de l'évolution des ventes de l'industrie.
(2) Définir l'offre de produits et de services.
Critères de performance :
• 2.1 Composition pertinente des éléments de produits et de services ainsi que de la prestation de services.
• 2.2 Définition précise des variables de commercialisation (marchéage).
• 2.3 Choix judicieux des caractéristiques des produits et des services offerts.
• 2.4 Fixation correcte des prix de vente.
(3) Elaborer une stratégie de mise en marché.
Critères de performance :
• 3.1 Détermination judicieuse des objectifs.
• 3.2 Etablissement correct du budget publicitaire et promotionnel.
(4) Implanter une stratégie de mise en marché.
Critères de performance :
• 4.1 Suivi rigoureux du plan de marketing.
• 4.2 Suivi efficace auprès du personnel de service.
• 4.3 Organisation et suivi efficaces du service à la clientèle.
(5) Evaluer la stratégie de mise en marché implantée.
Critères de performance :
• 5.1 Évaluation précise de la satisfaction de la clientèle.
• 5.2 Evaluation pertinente des résultats.
• 5.3 Analyse adéquate des écarts entre les résultats et les objectifs.