

La Distribution: Stratégies des réseaux et management des enseignes PDF - Télécharger, Lire



TÉLÉCHARGER

LIRE

ENGLISH VERSION

DOWNLOAD

READ

Description

La distribution est l'un des secteurs les plus importants de l'économie française et mondiale, tant par ses réponses aux besoins des consommateurs que par les nombreuses carrières qu'elle offre.

Par son approche unique, née de la complémentarité des expertises et des expériences d'un professionnel et d'un universitaire, ce livre est un ouvrage de référence à la fois d'un point de vue académique et sur le plan opérationnel. Il allie la rigueur des concepts et des analyses nécessaires à l'enseignement aux stratégies et techniques concrètes utilisées par les professionnels.

L'accent est mis en particulier sur:

- L'environnement de la distribution, ses fonctions et ses acteurs.
- Le rôle et le poids croissant des réseaux d'enseignes, indépendants, intégrés et franchisés.
- Le management stratégique du distributeur et ses déclinaisons à l'international comme dans le commerce en ligne.
- Le marketing d'enseigne et les politiques mises en œuvre autour de ce concept: offre

commerciale, localisation, merchandising, design du point de vente, communication et performances.

- La supply chain et les nouvelles technologies de l'information et de la communication appliquées au commerce.

Les analyses sont illustrées par des données chiffrées, des tableaux de synthèse, des cas concrets d'enseignes, des extraits de travaux de professionnels et d'universitaires. L'ensemble représente au total plus de 130 encadrés ou repères. Par ailleurs, chaque chapitre comprend trois types d'applications pédagogiques: contrôle des connaissances, ateliers de réflexion et travaux sur le terrain.

Le livre s'achève par une bibliographie, un glossaire de plus de 270 termes et deux index, l'un sur les notions, l'autre sur les enseignes et les marques.

Outre l'actualisation des données, cette seconde édition prend en compte les évolutions récentes de la distribution et de son environnement économique et législatif, et en particulier le nouveau challenge des distributeurs: une stratégie de l'éthique face à la nécessaire rentabilité.

De plus, des professionnels et des universitaires, tous reconnus dans le domaine de la distribution, ont bien voulu enrichir ce manuel de leurs témoignages: Philippe Alart (Distech), Feridun Akpınar (Les Mousquetaires/Intermarché), Xavier Barras (GS1 France), Jérôme Bédier (FCD), Philippe Breton (PHB Consultants), Philippe Cahen (Conseil en prospective), Sandra Camus (IAE Rouen, coauteur du chapitre 2), Gérard Caron (Admirable design), Michel Choukroun (Consultant), Philippe Collier (Contrefaçon Riposte), Nathalie Damery (GS1 France), Antoine de Brosses (Avocat), Cédric Ducrocq (Dia-Mart), Gérard Gallo (Laser l'Echangeur), Pierre Georget (GS1 France), Marc Goguet (Procos), Maria Guérin (Université d'Evry), Philippe Imbert (Casino), Jean-Pierre Lefebvre (AKDV), François Lemarchand (Nature et Découvertes), Philippe Lemoine (Groupe Laser), Ulricke Mayhoffer (IAE de Lyon), Philippe Moati (économiste), Simon Pariente (Université de Toulouse 1), Michel Pazoumian (Procos), Daniele Pederzoli (ESC Rouen), Jean-Claude Prinz (Prinz Design), Jean-Michel Rothier (Coca Cola Entreprise, Déméter), Olivier Saguez (Saguez & Partners), Jean Watin-Augouard (historien des marques), Léon Wegnez (Comité royal belge de la distribution), Dominique Wolton (C.N.R.S), Jean-Pierre Zablith (Nestlé France), Chantal Zimmer (FFF)

10 janv. 2016 . Le livre La distribution: stratégies des réseaux et management des enseignes usagé à vendre à la librairie de la Coop de l'Université du Québec à Montréal.
La distribution [Texte imprimé] : stratégies des réseaux et management des enseignes / Jacques

Dioux, . Marc Dupuis, . Auteur: Dioux, Jacques Auteur. Auteur secondaire: Dupuis, Marc
Auteur. Edition: 2ème édition. Editeur: Paris : Pearson Education France, cop. 2009. ISBN:
978-2-7440-7344-1 (br.) Description : 1 vol.

fonctions contemporaines expliquant la distribution : transactionnelles, relationnelles et
expérientielles (voir le tableau 1). Tableau 1 : Les trois fonctions de la distribution [Source :
DIOUX et DUPUIS (2009) « La distribution : Stratégie des réseaux et management des
enseignes », Pearson Education, 2ème édition].

Pôle Management de l'entreprise et des hommes. Management des équipes commerciales;
Management des enseignes; Pilotage Budgétaire; Création d'entreprises; Rethinking business
Model; Business Game; Stratégie d'influence et contre influence; Change Management for
growth and development. Pôle Recherche.

La Distribution Stratégies des réseaux et management des enseignes de Jacques Dioux et Marc
Dupuis La Distribution: Stratégies des réseaux et management des enseignes Jacques Dioux,
HEC EMBA, est expert en distribution auprès de l'Académie des Sciences Marc Dupuis est
professeur habilité à diriger des.

Un vin de Bordeaux vendu à moins de 1€ dans les enseignes de grande distribution : une
stratégie pernicieuse pour l'ensemble des acteurs. Wine and Spirits. publication du 8 / 03 /
2017.

21 juin 2016 . Il présente, sur le blog, la stratégie mise en place par le groupe Éram sur
Internet, la chaussure connectée Choose et le rôle de l'UGC sur les réseaux sociaux. Quel est
votre rôle chez Éram ? Je suis Directeur Marketing digital d'Éram. C'est la première enseigne
de chaussures en France : 330 points de.

Dioux, J. et Dupuis, M. (2009), La distribution, Stratégies des réseaux et management des
enseignes, 2ème édition, Pearson Education; Filser, M. (2012), La distribution, organisation et
stratégie, Editions EMS; Mouton, D (2012), Pratique du merchandising, stratégies, organisation
de l'espace de vente, assortiment et CLV,.

Utilisé par de nombreux secteurs : - ameublement,. - Hi fi-son, photo, vidéo,. - habillement,...
car il permet un contact direct avec le marché, un meilleur contrôle du circuit et moins de
charge (pas de marge grossiste). Pour exemple : les magasins à succursales multiples (MAS)
qui dépendent d'une maison-mère, comme.

Cet ouvrage très détaillé sur la distribution est né de la double expertise d'un universitaire et
d'un professionnel de la distribution. Y sont analysés : l'univers de la distribution (son
vocabulaire, ses fonctions, ses acteurs) et son environnement juridique, l'organisation des
entreprises de distribution, les stratégies et leurs.

Master management sectoriel, parcours animation et développement de réseaux d'enseignes.
Diplôme national. Partenariat dans le cadre de l'alternance : Eklya (Lyon). Admission en M1 : -
Licence ou équivalent avec connaissances en marketing et gestion ; Dossier, test Score IAE-
Message (SIM), TOEFL ou TOEIC,.

20 nov. 2009 . L'accent est mis en particulier sur : • L'environnement de la distribution, ses
fonctions et ses acteurs • Le rôle et le poids croissant des réseaux d'enseignes indépendants,
intégrés et franchisés. • Le management stratégique du distributeur et ses déclinaisons à
l'international comme dans le commerce en.

23 mai 2014 . les consommateurs : une contribution `a la stratégie de l'enseigne. Psychologie.
Université .. qui permet le déploiement des réseaux économiques et sociaux, des interactions
entre les différents acteurs et les . majeures de la grande distribution alimentaire : « en
recherchant la performance économique.

Classement 2017 des meilleurs masters Management de la Distribution, découvrez le
classement Masters top 10 des masters Management de la Distribution. . Master Marketing &

Stratégie, parcours 206 - Distribution et Relation client. 2. IAE Gustave Eiffel. Master 2 Management des Réseaux Commerciaux. 3.

11 sept. 2017 . Le responsable de réseau met en œuvre le concept commercial de l'enseigne et est garant du respect des dispositions légales et réglementaires dans les magasins de son secteur. Il intervient en appui aux responsables de magasin sur l'organisation, le management, l'animation des équipes et sur les.

Le salaire moyen d'un directeur de réseau de magasins de détail (Distribution) en France est compris entre 4 583 € bruts par mois et. . Proche de la force commerciale de chacun des magasins, il les accompagne dans l'application de la politique commerciale de l'enseigne du réseau. Le directeur de réseau de magasins.

réseaux physiques ? Non, car dans le même temps, les flagships de marques emblématiques ne désemploient pas à l'instar des Apple Store. Les marques à fort réseau de distribution investissent . Stratégie et Management et dotée d'une expérience de près de ... quelques enseignes de la distribution ou du high-tech.

Toutes ces enseignes ont un point commun : l'organisation en réseau (franchise, commerce associé, partenariat...) ! . Avec le Master 1 Marketing et Vente parcours Franchise & Commerce en Réseau, emplois axés vers le marketing, le management et la stratégie d'un point de vente/unité de service, (responsable de.

L'objectif de cette formation professionnelle est de transmettre au futur Manager de la Franchise, Retail & Distribution l'ensemble des compétences qui lui . manager souhaitant évoluer au sein d'une enseigne de maîtriser les outils et les méthodes à mettre en place en vue d'animer et développer un réseau de distribution.

16 mars 2017 . Dans le secteur hyperconcurrentiel de la grande distribution, il n'est pas facile de se faire une place : après un remodelage complet du réseau Intermarché et de sa stratégie, les Mousquetaires modernisent leurs offres et services, et leur enseigne numéro 1 voit ses enseignes fleurir à mesure que les.

(unités : nombre de points de vente, m²). Source : Panorama Trade Dimensions 2007. Parts de marchés 2006 des enseignes de grande distribution alimentaire en France. (unités : parts de marché valeur en %). 17, 14, 13,2, 11,5, 9,7, 8,4, 26,2. Leclerc. Carrefour. Total hard discount. Intermarché. Auchan. Système U. Autres.

de stocks dans l'ensemble de la chaîne, a placé la logistique au cœur de l'activité et de la stratégie de ces enseignes. Cette note s'intéresse donc aux enseignes du commerce de détail qui, avec un chiffre d'affaires important et une présence sur une grande partie du territoire, disposent d'un réseau de distribution commun.

L'incidence du « category management » sur l'organisation marketing . . . des enseignes.

L'épuisement progressif du régime de croissance extensive sur lequel s'était fondé le développement des entreprises de la grande distribution conduit ces . Selon ces approches, le champ des stratégies possibles pour une.

Caractéristique d'une stratégie de distribution qui recourt à plusieurs canaux (physiques et/ou virtuels) de distribution en parallèle. Jean-Pierre Helfer [.]

30 juin 2016 . Maxime Garrigues, directeur général de X-Prime, s'intéresse cette semaine dans sa chronique Smart pour Stratégies à l'enseigne Boulanger, qui se . Le réseau organise ainsi régulièrement des opérations commerciales telles que la semaine des objets connectés afin d'aider à la distribution des produits.

la lettre des réseaux. L'actualité juridique et économique des réseaux de distribution par Simon Associés. simon associés. Nos expertises · Lexique · Newsletters · Rechercher · Nos sites internet · Accueil >Partenaires. Distribution · Concurrence consommation · Immobilier · IT / IP · Corporate · Restructuring · International.

La politique de distribution est une des politiques de la stratégie marketing des entreprises de production (Danone, Renault, Coca-Cola, Gaumont, etc.) concernée par l'organisation de la mise à disposition de leur fabrication sur le marché. Elle fait partie du marketing mix. Les entreprises de service (Accor, McDonald's, .

20 nov. 2009 . Achetez La Distribution - Stratégies Des Réseaux Et Management Des Enseignes de Jacques Dioux au meilleur prix sur PriceMinister - Rakuten. Profitez de l'Achat-Vente Garanti !

Pour mieux servir les consommateurs, le Groupe a fait le choix d'une stratégie de distribution multicanale avec l'ambition d'atteindre dans chaque circuit, . dans les zones où la grande distribution ou les réseaux traditionnels sont peu ou pas implantés, à travers un réseau de magasins en propre sous différentes enseignes.

Découvrez La distribution - Stratégies des réseaux et management des enseignes le livre de Jacques Dioux sur decitre.fr - 3ème libraire sur Internet avec 1 million de livres disponibles en livraison rapide à domicile ou en relais - 9782744073441.

3 nov. 2011 . canal », ce papier développe les difficultés inhérentes aux réseaux de franchise et liées à la mise en . developing difficulties of defining multi-channel strategies related to franchise networks. It deals more . monde de la distribution et du commerce de détail et au-delà dans toute la sphère marketing.

Les normes comptables : cadre conceptuel et gouvernance; Les grands auteurs en management - 3e édition; Finance d'entreprise 3e édition; Transformation, RH & digital; Femmes dans l'entreprise; Oser la laïcité; Marketing et pauvreté; Le management en archipel - Tome 2; Les grands auteurs en logistique et Supply.

14 sept. 2007 . Le secteur du commerce et de la distribution se diversifie en permanence : le succès des maxidiscomptes et des marques de distributeurs conforte la stratégie de proximité des enseignes.

La distribution Stratégies des réseaux et management des enseignes. La distribution est l'un des secteurs les plus importants de l'économie française et mondiale, tant par ses réponses aux besoins des consommateurs que par les nombreuses carrières qu'elle offre. Par son approche unique, née de la complémentarité.

caractéristiques de son appartenance au même réseau (enseigne, décoration et autres éléments visuels, marques de . Fonctions de pilotage du réseau : stratégie d'organisation, de gestion, d'ajustement, . Les différents enjeux du management qui permettent d'améliorer les performances de l'UC : - Articuler le réseau.

Création et management de franchises et réseaux : TGS France vous conseille pour adapter votre organisation et accélérer votre développement en franchise ou . France s'est doté d'une équipe pluridisciplinaire entièrement dédiée à la création, la structuration et le management de réseaux de franchise et de distribution.

14 janv. 2015 . Dès lors, la concurrence s'exerce dans un cadre mesuré et subtil, l'agressivité des offres visant davantage à démarquer les enseignes de distribution « entre elles » et les banques universelles « entre elles » qu'à conquérir des clients en provenance des réseaux traditionnels. Preuve en est, à ce jour,.

La concurrence entre les principales enseignes de la grande distribution se poursuit sur les réseaux sociaux. Analyse et décryptage . claire et bien définie. Les enjeux de la stratégie social media définie en collaboration avec l'agence de community management gravitent alors autour de la fiabilité et de la différenciation.

15 août 2015 . Stratégie commerciale, supply chain et logistique. . Création de l'enseigne Zara à la Corogne (Galice) par Amancio Ortega; 5. ZARA occupe la taille la plus importante . C'est un réseau qui assure les fonctions d'approvisionnement, transport, stockage, production, stockage

et de distribution. Zara crée un.

Courir lauréat des Enseignes d'Or 2017 avec son Wood. . Management de 300 magasins espace SFR : 2000 personnes dont 28 directeurs régionaux. Membre . Définition de la stratégie de l'enseigne, développement du réseau de magasins, élaboration des concepts de distribution et positionnement de l'enseigne, plan.

STRATÉGIE & MANAGEMENT. Maurice-Thevenet-Maurice-Thevenet-Management-les-4-principes-. 04:5011/09/2017. Maurice Thévenet Management : les 4 principes pour savoir et faire. 3745175. Marc-Mousli-Marc-Mousli-Le-bonheur-a-la-. 05:4914/06/2017. Marc Mousli Le bonheur à la retraite.par le travail ! 3744893.

Né de la double expertise d'un professionnel et d'un universitaire, La distribution allie la rigueur universitaire des sources et des analyses, et des approches concrètes nécessaires aux décideurs. Cette double orientation réussie fait de l'ouvrage une référence tant pour les enseignants que pour les professionnels.

Spécialité : Management de la Grande Distribution, 3, 40. Le contexte de la distribution, caractéristiques et enjeux. Les fonctions de la distribution, chaîne de valeur et rôle sociétal. Le nouvel environnement de la distribution, la réglementation. Les stratégies des réseaux et des enseignes. Le MIX marketing d'une enseigne,.

Structure de conseil spécialiste du commerce organisé et de la distribution via des réseaux de commerçants indépendants (franchise, concessions.). Les problématiques traitées concernent tout particulièrement la croissance de l'entreprise et sa stratégie, le développement de l'enseigne, la gestion et l'animation du.

GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE OU SPÉCIALISÉE, MANAGEMENT DES RÉSEAUX COOPÉRATIFS DE COMMERÇANTS, MANAGEMENT DES . Il y a une dizaine d'années, la plupart des grandes enseignes de distribution avaient dressé ce constat sans appel d'un manque total d'attrait de leur marque.

Au cours des dix dernières années, la grande distribution française s'est radicalement transformée, à tel point que le vieux modèle sur lequel elle s'appuyait. . Collection : Stratégies et management, Dunod. Parution : septembre 2006. Cédric Ducrocq . Piloter des entreprises complexes en réseau. Repenser les stratégies.

Noté 0.0/5. Retrouvez La Distribution: Stratégies des réseaux et management des enseignes et des millions de livres en stock sur Amazon.fr. Achetez neuf ou d'occasion.

La distribution : stratégies des réseaux et management des enseignes / Jacques Dioux, Marc Dupuis. Mention d'édition. 2e éd.. Editeur. Paris : Pearson Education, 2009. Collection.

Eco/gestion. Description. XVIII-481 p. ; 23 cm. Notes. Glossaire. Index. Bibliogr.

Documentation approfondie. Langue. Français. ISBN.

30 oct. 2015 . Le commercial d'une marque va gérer de nombreuses enseignes du réseau de distribution qu'il n'a pas le temps de visiter aussi souvent que nécessaire. . Conseil : Redonnez du pouvoir au management terrain, par exemple avec Incentev un manager terrain peut organiser ses propres challenges en.

Stratégie des groupes et marketing des enseignes, La distribution, Jacques Dioux, Marc Dupuis, Pearson. Des milliers de livres avec la livraison chez vous en 1 jour ou en magasin avec -5% de réduction .

28 janv. 2015 . Le réseau de distribution d'une entreprise réalise matériellement la mise à disposition des produits et des services auprès des consommateurs. . Un tel choix de stratégie de distribution permet à l'entreprise d'équilibrer le bénéfice en informations récoltées sur le marché et les coûts liés à l'exploitation,.

La distribution, stratégies des groupes et marketing des enseignes. Jacques Dioux. Pearson Education 2005 · Merchandising management : fondamentaux, stratégies, e-merchandising /

Jacques Dioux | Moati,. Livre.

actuelle de la distribution de ces réseaux et leur déploiement spatio-temporel depuis leur arrivée sur le marché. . connus : lieu d'implantation, année d'implantation, gestion en franchise, enseigne, groupe. Ces . the followin data is known: location, year of establishment, franchise management, brand name, group.

17 mai 2014 . La difficulté de cette stratégie réside notamment dans le choix d'enseignes crédibles pouvant maintenir l'avantage compétitif de votre entreprise. . Cette alternative vous permet de concentrer vos efforts sur la progression de vos ventes et d'avoir davantage de contrôle sur votre réseau de distribution.

MANAGEMENT STRATÉGIE. PERSPECTIVES. PROFESSIONNELLES. Directeur de . secteur dans un réseau de distribution. PRÉSENTATION GÉNÉRALE. Le Master Management Stratégique de la Distribution . enseignes de la grande distribution du réseau DistriSup qui souhaitent recruter des futurs cadres pour leurs.

Les fondamentaux du commerce : Racines, réussites, réinventions » publié en juin 2006 aux Editions d'organisation. Jacques Dioux. « La distribution – Stratégies des réseaux et management des enseignes » publié en octobre 2009 chez Pearson. Laurent Florès. « Mesurer l'efficacité du marketing digital » publié en 2012.

Autodis Group dispose, en France, d'un réseau de distribution leader sous la marque Autodistribution comptant 43 filiales Automobile et Poids Lourds et . Autodis Group anime en outre le premier réseau français de garages et de carrosseries indépendants (2000 entreprises) et multimarques sous l'enseigne AD.

27 juin 2010 . Parce que cette stratégie qui améliore la satisfaction des consommateurs renforce la fidélité à l'enseigne et dans l'enseigne la fidélité aux marques. Mais attention, il faut 3 à 5 ans pour atteindre la maturité en Catégory Management. On ne passe pas du jour au lendemain d'une vision de distribution.

enseignes. À noter que ce secteur offre des opportunités d'embauche importantes à des jeunes peu qualifiés et leur propose des formations internes en commerce, management... DES RECRUTEMENTS. AU BEAU FIXE ? Magasins de toutes tailles, domaines d'activité très divers... le commerce et la distribution offrent.

Trade marketing et catégorie management, merchandising, études et recherches marketing, marketing et stratégies des enseignes de la Grande Distribution... Cours Distribution et Animation de réseau : Organisation des réseaux de distribution, stratégies immobilières et distribution, développement et animation du réseau,.

La distribution[Texte imprimé] : stratégies des réseaux et management des enseignes / Jacques Dioux,. Marc Dupuis,.. Mention d'édition. 2e éd.. Editeur. Paris : Pearson education, 2009 ; 63-Clermont-Ferrand : Impr. la Source d'or. Description. 1 vol. (XVIII-481 p.) : graph., couv. ill. en coul. ; 23 cm. Notes. Bibliogr. p.

La distribution : origines, fonctions, dynamique (Chapitre 1). Source : Pearson. Stratégies des réseaux et management des enseignes 2e édition 2009. Auteurs : Jacques Dioux et Marc Dupuis. jeudi 22 mars 2012, par Animateurs du site. "(.) Dans ce chapitre, nous rendrons compte de l'évolution du rôle et des fonctions de.

PROGRAMME. Le contexte de la distribution, caractéristiques et enjeux; Les fonctions de la distribution, chaîne de valeur et rôle sociétal; Le nouvel environnement de la distribution, la réglementation; La stratégie globale des réseaux et enseignes; Le MIX marketing d'une enseigne, d'un réseau GSA et GSS; La politique.

18 juin 2013 . J'ai surfé, constatant parfois avec stupéfaction, l'absence de certaines enseignes sur des réseaux aujourd'hui influenceurs sur la toile. . Grande distribution, Blog, Consommation, Drive, e-commerce, management, gestion, ACRC, PDUC, BTS, Licence,

Licence Pro, Actualité, Leclerc, Auchan, Carrefour,.

Hello readers . Reading books broadens your horizons, reading books gives you the ability to learn the skills of great people. On our website is available book Free La Distribution: Stratégies des réseaux et management des enseignes PDF Download in PDF format, Kindle, Ebook, Epub, and. Mobi. You can have it and.

L'Association pour la Formation au Management dans la Distribution mène des partenariats avec des établissements d'enseignement supérieur tels que l'IMMD et le PICOM. . L'AFMD est partenaire de l'association « Réseau IMMD » est une association loi 1901, sans but lucratif, créée en février 2012. Son bureau en.

20 oct. 2014 . Depuis plusieurs années, Monoprix a pris une place certaine dans le paysage de la distribution en France. Ayant décidé de mettre en place une stratégie réfléchie et vraiment pensée pour les réseaux sociaux, l'enseigne se différencie de ses concurrents par la qualité de son approche sociale. Au-delà de.

J.Dioux et M.Dupuis, Stratégie des réseaux et management des enseignes– Pearson Education C.Cliquet, A.Fady et G.Basset , Management de la Distribution – Ed Dunod Benoun M. et Helies-Hassid M.L. (2003), Distribution : Acteurs et Stratégies, Economica Filser M. (1991), Stratégie de Distribution, Vuibert Gestion.

Ghislaine MOETUS-SCHÜLLER, professeur d'Economie-gestion de l'Académie de la Martinique, chargée d'enseignement en section BTS Management des . Système U est aujourd'hui la quatrième enseigne de la distribution en France, avec un chiffre d'affaires de 18,1 milliards d'euros en 2009, en progression de +3.

Université Paris II – Licence professionnelle “Management des organisations”, option Management des entreprises de distribution en réseau. Cette licence a pour but de développer les aptitudes spécifiques qui permettent de gérer des entreprises commerciales et de valoriser l'aspect service au coeur de ce type de.

Le leader de la distribution spécialisée de produits bio, Biocoop, vient d'annoncer deux nominations. Pierre Brochen-Demasi prend la direction de l'innovation et de la stratégie sociale. Ancien, DRH du réseau, il est remplacé par Elisabeth Mounier, dans le groupe depuis 2016. La direction de Biocoop évolue. Le leader de.

1950 : La société Gueydon, entreprise familiale iséroise se spécialise dans la distribution en gros de jeux et jouets. 1982 : Création de la 1ère enseigne Gai Jouet qui changera de nom en Joupi plus tard. 1987 : Création du 1er magasin King Jouet. 1999 : Création du site marchand Jouetonline.com rebaptisé King-jouet.

23 oct. 2014 . 2) LES STRATEGIES DES ENSEIGNES : DU MULTICANAL AU CROSS-CANAL. 13 . Prévenir les chevauchements de contrats susceptibles de freiner la sortie du réseau par la mise en . se place au cœur de défis innovants et suppose de nouveaux modes de distribution tandis que le e-commerce.

La formation répond aux besoins exprimés par les enseignes de la grande distribution du réseau DistriSup qui souhaitent recruter des futurs cadres pour leurs magasins. Les étudiants de ce parcours ont vocation à occuper des postes de direction (supermarchés, drive, etc...) mais aussi d'encadrement en assumant des.

29 mai 2017 . Si Leclerc et Amazon représentent les deux « stratégies clés » à regarder de près, « dans l'alimentaire en termes d'innovations, Amazon ne pèse rien !, rappelle d'entrée Pierre . Les enseignes ont enfin pris sérieusement conscience de l'importance du traitement de leur image sur les réseaux sociaux.

1 sept. 2008 . Investir dans des outils efficaces et répondant aux besoins de votre réseau de distribution doit faire partie intégrante de votre stratégie d'animation .. «Les étrangers mettent en avant la marque alors qu'en France, les revendeurs craignent que le nom de l'enseigne ne

soit éclipsé par les marques qu'elle.

Vidéo de présentation de l'étude Precepta : « la distribution d'articles de bricolage et de jardinage – les enseignes face au défi.

Nous recherchons un Responsable Marketing et Communications pour une enseigne de distribution alimentaire spécialisée. L'objectif de ce . Vous possédez une expérience confirmée en tant que Responsable Technique et Exploitation dans la gestion et l'exploitation technique d'un réseau de distribution ? Rejoignez un.

Aujourd'hui et de plus en plus, l'enseigne est au cœur de la stratégie marketing des distributeurs, et ceux-ci augmentent massivement leurs investissements publicitaires .. Enfin, l'enseigne peut également homogénéiser son réseau de distribution et créer de la valeur en conceptualisant l'atmosphère des points de vente.

Le Master Management Stratégique de la Distribution est une formation universitaire adossée au réseau DistriSup Management. Dispensé sur 2 années en alternance, il offre aux étudiants une formation rémunérée, professionnalisante et diplômante. La formation s'organise en partenariat avec des enseignes de la Grande.

Professeur de marketing et distribution à l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris (ESCP)(en 1988). - Professeur visitant et consultant dans . La distribution. stratégies des réseaux et management des enseignes. 2e éd. Description matérielle : 1 vol. (XVIII-481 p.) Description : Note : Bibliogr. p. 475-481. Glossaire. Index

Le Master s'adresse aux étudiants désireux d'atteindre un haut niveau d'expertise en conception, développement et gestion de réseaux de commercialisation, en particulier au sein des réseaux de franchise et de master franchise internationale. La formation est ouverte à l'apprentissage pour la deuxième année du Master.

La spécialité « Management de la distribution » du master marketing de l'université de Rennes 1 vise à former des jeunes aux différents métiers existant au sein de . et leurs avantages et leurs inconvénients; Comprendre les stratégies de développement des réseaux, tant au niveau national (localisation) qu'au niveau.

18 nov. 2012 . «Il manquait, dans notre réseau de distribution, une enseigne multimarque regroupant nos autres maisons moyen et haut de gamme, de Longines à Swatch, observe Florence Ollivier, directrice générale de Swatch Group France. Le groupe a longuement réfléchi à sa stratégie pour étoffer et stabiliser son.

19 juin 2006 . Et transmettent au directeur de l'enseigne une image du réseau[...] . Travailler dans grande distribution . Cela va «de l'aide au management à l'aide à l'élaboration du plan de communication annuel, du merchandising, à la mise en place d'une politique salariale, à la veille concurrentielle, en passant par.

15 nov. 2012 . Il fut un temps où le seul choix multi-format d'une enseigne résidait dans le développement parallèle d'un réseau intégré et d'un réseau en franchise. Aujourd'hui, si cette stratégie des magasins en propre et des magasins franchisés fait toujours recette, de plus en plus de réseaux de franchise s'essayent à.

Le département Distribution, Concurrence & Consommation apporte aussi une assistance à ses clients dans la stratégie de développement, de leurs réseaux de distribution, tels que des conseils en création et rachat de nouvelles enseignes, coexistence de plusieurs réseaux au sein d'un même groupe, développement à.

Métiers du marketing et du management dans le secteur de la distribution : Chef de produit MDD; Responsable communication; Responsable études marketing; Manager de rayon et de magasin; Responsable marketing de centre commercial; Responsable de l'animation et du développement des réseaux en franchise, etc.

IPH GROUP est un réseau de distribution de fournitures industrielles leader en Europe.

réseau notamment). → Une présentation des concepts et des notions spécifiques au marketing et au management des entreprises de distribution. → Une place importante accordée aux rôles des systèmes d'information. Chaque chapitre se termine par un paragraphe intitulé « L'essentiel » mettant en valeur la structure du.

La croissance des ventes des entreprises de la distribution française reste soutenue. Les grandes enseignes poursuivent leur développement à l'étranger. Avec ses 3 millions de salariés en France, le secteur de la vente et de la distribution constitue un secteur clé de l'économie.

Aujourd'hui, les fonctions commerciales et.

l'univers de la distribution actuelle : les structures de distribution, les formes et les modes de distribution, les stratégies de développement, les spécificités de la . Provinciale Mons-Borinage Centre), elle enseigne le marketing et le management de la distribution et intervient dans de nombreux séminaires internationaux.

Le directeur de réseau élabore des stratégies commerciales afin d'optimiser les résultats et d'agrandir voire de développer le réseau. Pour cela, il . le BTS MUC (Management des unités commerciales), . Ce professionnel travaille généralement au sein de groupes de magasins spécialisés ou d'enseignes de commerce.

9 juin 2017 . Le Master Management Opérationnel des Réseaux Commerciaux a pour objectif de former des responsables commerciaux de haut niveau, aptes à mettre en oeuvre les stratégies commerciale et marketing opérationnel de leur entreprise. Les apprentis du Master seront en mesure de valoriser leurs.

8 janv. 2015 . La distribution prend en charge des opérations, rends des services aux Producteurs et Consommateurs . Les unités commerciales sont exploitées par des gérants salariés; La direction générale de la tête de réseau définit la stratégie de développement de l'enseigne de la . Le management des réseaux.

14 oct. 2016 . Master 2 Marketing et Commercialisation de Produits de Grande Consommation. Niveau d'entrée : Bac + 4 | Niveau de sortie : Bac + 5. Semestre : - UFR : iaelyon School of management.

Barbara CAEMMERER, Professeur de Marketing, ESSCA Ecole de Management. Krista DUNIACH .. Enquête quantitative franchiseurs. 188 réseaux de franchise. (mono-enseigne). Questionnaire de recherche franchiseurs (annexe 3a). Enquête quantitative franchisés .. Franchise de distribution de produits vs services.

20 nov. 2009 . L'environnement de la distribution, ses fonctions et ses acteurs; Le rôle et le poids croissant des réseaux d'enseignes indépendants, intégrés et franchisés; Le management stratégique du distributeur et ses déclinaisons à l'international comme dans le commerce en ligne; Le marketing d'enseigne et les.

18 mai 2016 . Les marques de grande distribution, présentes dans le quotidien des français, ont saisi tardivement les opportunités que leur offrent les réseaux sociaux. Aujourd'hui, les enseignes ont rattrapé leur retard avec des stratégies de contenus abouties et une intégration au marketing global de la marque.

Admission sur dossier et entretien (si nécessaire) ; - inscription obligatoire à l'ensemble du Master Droit, économie, gestion, mention commerce marketing, spécialité distribution vente ou du Magister Mercatique et management : direction mercatique. Prérequis - Les élèves ont le niveau M1 (CPN23) " Stratégie commerciale.

