

Pratique Du Merchandisage Et De La Vente 2e Profe

This is likewise one of the factors by obtaining the soft documents of this **Pratique Du Merchandisage Et De La Vente 2e Profe** by online. You might not require more era to spend to go to the books creation as competently as search for them. In some cases, you likewise realize not discover the revelation Pratique Du Merchandisage Et De La Vente 2e Profe that you are looking for. It will enormously squander the time.

However below, in the same way as you visit this web page, it will be hence very simple to acquire as well as download guide Pratique Du Merchandisage Et De La Vente 2e Profe

It will not understand many period as we notify before. You can complete it while comport yourself something else at home and even in your workplace. therefore easy! So, are you question? Just exercise just what we have enough money below as well as evaluation **Pratique Du Merchandisage Et De La Vente 2e Profe** what you afterward to read!

Traité pratique d'édition - Philippe Schuwer 2002-03-15

Analyse et commente les responsabilités, les rôles et fonctions des éditeurs, auteurs, collaborateurs, traducteurs, artistes. Aborde également les aspects juridiques, techniques et économiques de l'édition (droits d'auteur, contrats-types, cessions des droits, stratégie éditoriale).

Moniteur officiel du commerce international - 1975

Le merchandising opérationnel - 2e éd. - Gerard Blintzowsky 2017-06-29

Le merchandising, ce sont toutes les techniques et méthodes qui permettent d'optimiser la rentabilité des points de vente en libre-service (par exemple l'organisation des rayons en magasins, la mise en avant des produits sur des présentoirs spécifiques, la publicité...). Ce livre est opérationnel car il ne se contente pas d'expliquer les principes. Il apporte des réponses concrètes, sous forme de « marches à suivre », aux questions principales des décideurs de la distribution (calcul du prix de vente, mesure de la rentabilité des promotions...). Dans cet ouvrage, Gérard Blintzowsky montre comment : Construire son assortiment (principes, composantes, segmentations...), Organiser ses linéaires (typologie d'achat du consommateur, implantation, planogramme), Choisir un prix de vente (discount, taux de marge, calcul du prix de vente...), Réussir ses promotions (techniques promotionnelles, rentabilité...), Gérer ses clients et ses magasins.

Pratique du merchandising - Dominique Mouton 2007

Résolument opérationnel, cet ouvrage propose des méthodes concrètes et des solutions adaptées à vos besoins pour vous permettre de : Concevoir un point de vente ou un univers de A à Z. Construire des assortiments. Optimiser la communication de rayon (CLV). Elaborer des dossiers merchandising industriel et distributeur. Cette 2e édition s'enrichit de deux nouveaux chapitres sur l'allocation de surface et de linéaire par catégorie et sur le merchandising design. Enrichi de témoignages d'experts et de cas d'entreprises, cet ouvrage présente des schémas d'implantation de magasins, des modèles de dossiers merchandising et des méthodes de calcul de ratios. Il s'adresse à tous les professionnels du domaine (merchandising, marketing, commercial), tant du côté des industriels que des distributeurs.

La vente et ses techniques pratiques - Bruno Joly 2010-03-15

La vente ne s'improvise pas. On ne naît pas vendeur. Adopter des attitudes, découvrir son client, s'approprier des méthodes de communication, mettre en pratique des objectifs marketing, s'adapter aux progrès techniques... la vente n'a plus aujourd'hui un caractère simple et le vendeur doit faire face à l'évolution technologique. Ce livre va donc aborder la vente avec les techniques indispensables pour être un bon vendeur. Des techniques de prospection en passant par les techniques d'entretien téléphonique, d'entretien commercial à domicile ou en réunion, des techniques pour parler de prix afin de convaincre et conclure en bon négociateur, cet ouvrage développe les techniques d'argumentation grâce à la communication. Il s'accompagne d'exemples concrets pour faire face aux clients les plus réticents, tout en tenant compte de la législation concernant les méthodes illicites de vente et les pratiques commerciales réglementées. Son contenu intéressera tous les types de vendeurs quel que soit leur secteur d'activité: vendeurs à domicile, commerciaux itinérants, représentants, vendeuses en magasin, assistantes commerciales... mais aussi les étudiants en force de vente et négociations clients.

La révolution du merchandising - Marc Lemarignier 2015-05-07

Un secteur en transition pour répondre aux nouveaux modes de consommation. Un ouvrage axé sur les évolutions et les bonnes pratiques du secteur retail. Des acteurs au cœur du mouvement en cours, pour une nouvelle révolution du secteur. Le merchandising est au seuil de sa 4e révolution. Après le merchandising d'organisation (gestion des emplacements produits dans les linéaires), de séduction (amélioration de l'apparence des linéaires), de théâtralisation (mise en scène de l'offre dans les magasins) qui est encore en cours, se prépare le merchandising omni-canal, qui sera l'enjeu de ces prochaines années. Vecteur essentiel de la transformation du secteur retail, le merchandising est de plus en plus sollicité pour répondre aux besoins liés au développement de l'offre multicanal, du big data, et pour améliorer avec la Supply Chain, la rentabilité des mètres carrés et stimuler les ventes tous canaux.

La vente et ses techniques pratiques - Bruno Joly 2010-03-15

La vente ne s'improvise pas. On ne naît pas vendeur. Adopter des attitudes, découvrir son client, s'approprier des méthodes de communication, mettre en pratique des objectifs marketing, s'adapter aux progrès techniques... la vente n'a plus aujourd'hui un caractère simple et le vendeur doit faire face à l'évolution technologique. Ce livre va donc aborder la vente avec les techniques indispensables pour être un bon vendeur. Des techniques de prospection en passant par les techniques d'entretien téléphonique, d'entretien commercial à domicile ou en réunion, des techniques pour parler de prix afin de convaincre et conclure en bon négociateur, cet ouvrage développe les techniques d'argumentation grâce à la communication. Il s'accompagne d'exemples concrets pour faire face aux clients les plus réticents, tout en tenant compte de la législation concernant les méthodes illicites de vente et les pratiques commerciales réglementées. Son contenu intéressera tous les types de vendeurs quel que soit leur secteur d'activité: vendeurs à domicile, commerciaux itinérants, représentants, vendeuses en magasin, assistantes commerciales... mais aussi les étudiants en force de vente et négociations clients.

Mershandising management - Jacques Dioux 2013-02-25

Le merchandising est trop souvent réduit à des techniques de répartition des espaces et de présentation des produits qui ne sont qu'une partie du merchandising global de l'entreprise. C'est en cela que le guide « Merchandising Management » est innovateur, car, en intégrant tous les facteurs qui conditionnent le merchandising - et la multiplicité des actions qui en découlent - il constitue une méthode globale d'observation, d'analyse, de réflexion et d'action avec un but ultime : créer de la valeur, pour le client lui-même et pour l'entreprise. Ainsi, cet ouvrage décrit, avec de nombreux exemples, les actions merchandising à mener dans tous les domaines physiques et virtuels : acteurs, produits dérivés, offre commerciale, supply chain, transcanal, retailtainment, ergonomie des univers, lieux commerciaux physiques et virtuels, réseaux communautaires, nouvelle fidélisation client... Deux chapitres sont dédiés exclusivement aux nouvelles technologies interactives, omniprésentes dans tous les autres chapitres. Le dernier chapitre est, quant à lui, consacré au repositionnement, condition absolue de l'efficacité pérenne du merchandising. On pourra découvrir en un seul coup d'oeil en 2e de couverture la galaxie des 21 étapes de la méthode et, en tête de chacun des 21 chapitres, les 21 galaxies spécifiques.

Management et marketing de la mode - 2e éd. - Lucile Salesses 2020-02-19

L'univers de la mode a subi de profondes mutations depuis vingt ans. Face à ces évolutions, qui s'accroissent, les entreprises de mode doivent relever de nombreux défis. Les profils les plus recherchés disposent donc de compétences solides en marketing, maîtrisent l'ensemble du processus de création de valeur et savent s'adapter à un marché qui évolue très vite. Cet ouvrage collectif propose une vision globale du secteur. Il s'adresse aux professionnels comme aux étudiants de masters, d'écoles de management et de mode. Dans cette deuxième édition, enrichie et actualisée, l'accent est mis sur la mode éthique et digitale.

Vendre à la grande distribution - Jacques Dioux 2003

Quel producteur, agricole ou industriel, souhaitant vendre directement ses produits, n'a pas rêvé d'être référencé en grande distribution? Mais, comment s'y prendre pour atteindre cet objectif? C'est le thème de l'ouvrage. La démarche en 7 étapes interactives propose au lecteur le parcours de tout fournisseur. 1. Questions à se poser avant d'agir, 2. Analyse des besoins des consommateurs, 3. Se situer parmi les fournisseurs de la grande distribution, 4. Examen de six cas d'agriculteurs vendant à la grande distribution et de six cas de partenariats enseigne/PMI, 5. Diversité et positionnements des distributeurs: super, hyper, discount, 6. De la stratégie à la première commande, planification de l'action du fournisseur, 7. Check-list finale en 67 actions, outil de travail permanent du fournisseur, index général : 1092 termes. Ce guide pratique s'adresse à tous les producteurs de produits alimentaires ou non alimentaires, aux enseignants, aux formateurs et consultants, à leurs élèves et à tous les acteurs de la distribution.

Le merchandising - Alain Wellhoff 2005

Le merchandising permet de mieux commercialiser ses produits - pour les industriels - et de mieux rentabiliser son espace - pour les distributeurs. En définitive, le merchandising, c'est mieux vendre, vendre plus, avec plus de profit. Ce livre explique de façon très vivante les principaux concepts, les techniques de base, les ratios de rentabilité et les nouveaux développements de cette discipline. Ouvrage pratique, il développe les techniques - assortiment, implantation, linéaire, animation, rotation... - à mettre directement en application dans toutes les surfaces de vente. Cette nouvelle édition s'enrichit de deux chapitres consacrés à des exemples innovants d'application du merchandising et à des comptes-rendus exclusifs d'études de l'Institut Français du Merchandising. Traduit en plusieurs langues, ce " classique " incontournable du merchandising s'adresse aux professionnels de la grande distribution, à tous les commerçants, aux cadres marketing et commerciaux des industries, ainsi qu'aux étudiants en gestion, marketing et communication.

Améliorer Communication et Synergie internes -

Marketing management - Mohamed Moustafa Al Hassael 2011

Comment développer une stratégie marketing ? Pourquoi et comment se créer de nouveaux produits ? Quel public cibler et comment l'atteindre ? Le marketing couvre ce domaine à la fois mystérieux et magique où se rencontrent consommateur et produit, fournisseur et acheteur, succès commercial et financier. Soit l'alchimie parfaite entre économie et sciences humaines. Tout ce qu'il faut savoir, et bien plus, de A à Z. Du recueil d'informations sur le terrain et de l'analyse de données au lancement du produit, passant en revue les techniques statistiques, des tris croisés à l'analyse conjointe, des analyses factorielle et corrélative à l'analyse discriminante, Marketing management d'Al Hassael M.-M est une véritable bible en la matière. Reposant sur un index clair et précis, donnant une vision exhaustive et pratique des études de marché, elle s'adresse aussi bien aux professionnels qu'aux étudiants.

Fonction : chef de produit marketing - 6e éd. - Hubert Kratiroff 2013-10-23

Développer une gamme de produits, suivre et analyser le marché, former la force de vente, contrôler les budgets... Découvrez toutes les compétences clés du chef de produit marketing à travers : Un portrait complet de la fonction : définition, responsabilités, tâches au quotidien. Les outils du savoir-faire et du savoir-être : cycles de travail, organisation des réunions, management... Les éléments de la gestion de carrière : organigrammes, structures d'entreprise, chefs de produits spéciaux... Cette sixième édition met l'accent sur le digital marketing et les nouvelles technologies. Débutants dans la fonction ou étudiants en école de commerce, voici le guide professionnel dont vous avez besoin pour entamer et réussir votre carrière. LES + > Modèles de documents (check-list, mind map, revue de marque et d'enseigne, brief d'agence, plan marketing...) > Lexique français/anglais : 500 mots du métier > 85 citations pour animer

une présentation

Dictionnaire commercial - Académie des sciences commerciales 1979

Le Merchandising - Armand Dayan 1993-01-01T00:00:00+01:00

Les différentes techniques de rentabilisation du point de vente, tel est l'objet du merchandising. « Copyright Electre »

BLOC 2 - Animer et dynamiser l'offre commerciale - BTS MCO 1re & 2e années - Éd.2022 Epub FXL - Nadia Ben Hamouda 2022-04-27

De nouvelles éditions enrichies et actualisées pour les 4 blocs de compétences. Une rubrique vidéo pour lancer la thématique du chapitre Une pédagogie dynamique par les cas avec des annexes et les notions clés Une mobilisation des compétences digitales et rédactionnelles Des synthèses au format rédigé et audio pour faciliter la mémorisation De nombreux exercices progressifs Des entraînements à l'épreuve avec une méthodologie détaillée Une préparation complète à l'épreuve orale E42 : remplir un compte rendu d'activité, organiser et gérer ses documents, structurer un diaporama, compléter une grille d'autoévaluation. Ce manuel est enrichi de ressources numériques gratuites foucherconnect : synthèses audios, vidéos, QCM d'entraînement, tutos vidéo

Pratique du merchandising - 3e édition - Dominique Mouton 2012-02-22

Résolument opérationnel, cet ouvrage aborde tous les aspects du merchandising en s'appuyant sur des méthodes concrètes et des solutions adaptées à vos besoins. Il vous aidera à : - Élaborer une stratégie - Concevoir un point de vente de A à Z - Optimiser l'allocation d'espace entre différentes catégories - Analyser et construire des assortiments - Améliorer la communication sur lieu de vente (CLV) - Appréhender des dossiers merchandising industriels et distributeurs Illustrée de témoignages d'experts et de nombreux cas d'entreprises dans des secteurs très variés, cette 3e édition est enrichie d'un nouveau chapitre sur la stratégie. Elle s'adresse à tous les professionnels du domaine (merchandising, marketing, category management et commercial), tant du côté des industriels que des distributeurs.

Studien zur Sprachnormtheorie und zur Konzeption der Sprachnorm in französischen Wörterbüchern - Elisabeth Maier 1984

Die Arbeit widmet sich sowohl der linguistischen Normdiskussion seit Ferdinand de Saussure als auch der Konzeption der praktischen Sprachnorm(en) im lexikalischen Bereich, und zwar in den mass- geblichen Wörterbüchern des heutigen Französischen.

Les grands magasins français - Jacques Du Closel 1989

Les mots-clés du marketing - Anglais - Annie Delhome

Pratique du merchandising - 4e éd. - Dominique Mouton 2019-04-10

Vous cherchez des méthodes concrètes ? Je dois élaborer une stratégie et concevoir un point de vente de A à Z. Je veux analyser et construire des assortiments. Je veux optimiser la communication sur le lieu de vente. Je me demande comment appréhender les dossiers merchandising industriels et distributeurs. Vous avez coché au moins une de ces propositions ? Ce livre est fait pour vous ! Résolument opérationnel, cet ouvrage présente les solutions adaptées à tous les aspects du merchandising, tant pour les industriels que les distributeurs. Illustrée de témoignages d'experts, de nombreux cas d'entreprise et de schémas techniques, cette 4e édition s'adresse à tous ceux concernés par le merchandising, du marketing au category management et au commercial.

Merchandising - Valérie Renaudin 2018-08-31

Le merchandising est une rencontre, à un moment donné, entre un client et une offre, que ce soit dans un point de vente physique ou sur un site Web marchand. L'organisation de cette rencontre est un enjeu stratégique et un outil de différenciation clé, tant pour les enseignes que pour les marques. Enrichi de nombreux exemples concrets, d'avis d'experts ainsi que d'un glossaire, cet ouvrage aborde tant les aspects théoriques que les problématiques opérationnelles. Nouveautés de la 8e édition : - Expérience client, personnalisation, category management (à valoriser), e-merchandising, omnicanal/mobile - Ajout sur les outils logiciels - Activités mises à jour avec ajout de mini-cas

Le merchandising - 7e éd. - Alain Wellhoff 2013-09-04

Le merchandising permet de mieux commercialiser ses produits - pour les industriels - et de mieux rentabiliser son espace - pour les distributeurs. En définitive, le merchandising, c'est mieux vendre, vendre plus, avec plus de profit. Cette 7e édition, entièrement mise à jour, apporte une nouvelle dimension au merchandising : anciennement réservé aux grandes et moyennes surfaces alimentaires, il concerne aujourd'hui tous les produits, tous les métiers, tous les services. Ouvrage pratique, il développe les techniques - assortiment, implantation, linéaire, animation, rotation... - à mettre directement en application dans toutes les surfaces de vente et explique les ratios de rentabilité. Traduit en plusieurs langues, ce « classique » du merchandising s'adresse aux professionnels du commerce et du marketing - grande distribution ou commerce traditionnel, de l'alimentaire au luxe -, ainsi qu'aux étudiants en gestion, marketing et communication.

Analytical Dictionary of Retailing - Jeanne Dancette 2000

Commerce & E-commerce : l'audace d'entreprendre - Stéphane Alligne 2021-10-18T00:00:00Z

« La France est le pays des droits de l'homme, c'est aussi celui de la facilité d'entreprendre. » Stéphane Alligne fonde sa première entreprise d'e-commerce en 2006, à vingt-quatre ans, avec des moyens dérisoires. Il raconte comment il est parvenu à créer un leader sur son marché au travers d'anecdotes et de rencontres aussi surprenantes qu'enrichissantes. Quinze ans plus tard, à la direction de Dotnet, l'une des pépites du numérique français, il partage ses connaissances et son envie d'entreprendre. Dans Commerce & e-commerce : l'audace d'entreprendre, il rassemble les fondamentaux pour créer et développer un commerce rentable et donne les éléments-clés pour faire de son entreprise e-commerce un succès : fidéliser une clientèle, augmenter le panier moyen, développer son CA, gérer les avis clients, les réseaux sociaux... Un guide complet et passionné que tout entrepreneur devrait lire avant de lancer son projet.

Le Merchandising sous toutes ses coutures - La Théorie - Remi Leroy - Auteur / Conférencier & Entrepreneur 2021-12-02

Votre nouvelle Bible pour être imbattable dans le monde du Retail & commerce du détail En avez-vous assez d'être perdu.e quand on vous parle de Marketing opérationnel - relationnel ? Désirez-vous enfin apprendre à développer votre chiffre d'affaires et accroître votre visibilité de la/votre marque et des produits. et de vous donnez la chance de mieux vous exprimer et d'acquérir des connaissances Si la réponse est oui, vous êtes au bon endroit. Inspiré par une quinzaine d'années d'expérience dans le milieu de l'auteur, ces guides regroupent mes meilleurs conseils et les stratégies de grandes marques expliquées dans ce livre sont très importantes et primordiales pour une réelle progression dans votre entreprise. Il est pratique, ludique et surtout vous pouvez l'emporter partout avec vous. Vous allez découvrir dans les chapitres suivants les théories et astuces des métiers du Merchandising : Être visuel merchandiser, c'est faire rêver ! Les Grands Magasins Parisiens. Évoluer dans un environnement hyper concurrentiel. Les attentes du client - Typologie client. Les outils des équipes de vente et le glossaire du merchandising. C'est LE guide que j'aurais voulu lire à mes débuts. Un must pour tous ceux qui souhaitent en savoir plus pour faire Rêver Votre Clientèle

L'e-merchandising un atout pour l'e-commerce - Paul-Emile Cadilhac 2013-06-19

La performance des sites internet marchands est au coeur des préoccupations des entreprises et plus particulièrement des directions marketing. Après une phase de croissance directement liée à celle du marché, ils atteignent souvent un niveau plafond de développement. Les entreprises ne sont plus, pour la plupart, dans une phase de création de site mais dans une phase de transformation de leur site en vue d'améliorer les résultats. L'évolution d'un site Internet marchand doit passer par la mise en place d'une stratégie globale de e-commerce et d'une démarche de merchandising adaptée au contexte de l'Internet. Il faut dépasser la simple notion d'ergonomie pour concevoir des sites marchands en recherchant le meilleur équilibre entre réponse apportée au besoin de l'internaute et politique commerciale. Cet ouvrage pose les fondamentaux d'une démarche e-merchandising. La méthode de conception d'un site marchand efficace est déroulée pas à pas avec une approche résolument novatrice, insistant sur les facteurs clés de succès, émaillée de « cas d'école » éloquents et de rapprochements vis-à-vis du monde physique.

Livres de France - 2004

Le Merchandising - Alain Wellhoff 2013

Le merchandising permet de mieux commercialiser ses produits - pour les industriels - et de mieux rentabiliser son espace pour les distributeurs. En définitive, le merchandising, c'est mieux vendre, vendre plus, avec plus de profit. Ce livre aborde et explique de façon très vivante les principaux concepts, les techniques de base, les ratios de rentabilité et les nouveaux développements de cette discipline. Ouvrage pratique, il développe les techniques - assortiment, implantation, linéaire, animation, rotation... - à mettre directement en application dans toutes les surfaces de vente. Cette nouvelle édition s'enrichit de nouveaux exemples innovants d'application du merchandising et à des comptes-rendus exclusifs d'études de l'Institut Français du Merchandising. Traduit en plusieurs langues, ce "classique" incontournable du merchandising s'adresse aux professionnels de la grande distribution, à tous les commerçants, aux cadres marketing et commerciaux des industries, ainsi qu'aux étudiants en gestion, marketing et communication.

Pratique du merchandising - Dominique Mouton 2019

La 4e de couverture indique : "Résolument opérationnel, cet ouvrage présente les solutions adaptées à tous les aspects du merchandising, tant pour les industriels que les distributeurs. Illustrée de témoignages d'experts, de nombreux cas d'entreprise et de schémas techniques, cette 4e édition s'adresse à tous ceux concernés par le merchandising, du marketing au category management et au commercial."

E-commerce - Henri Isaac 2017-08-18

Ce manuel propose une synthèse pluridisciplinaire du commerce électronique, envisagé ici comme un véritable projet managérial. L'accent est mis sur les entreprises impliquées dans les échanges commerciaux en ligne (industriels, distributeurs physiques, pure players), les différents modèles d'affaires et la distribution omnicanal mixant réseaux électroniques et traditionnels. Le contenu repose aussi bien sur des résultats tirés de la recherche scientifique que sur des cas pratiques issus des expériences françaises, européennes et internationales. Chaque chapitre, introduit par un mini-cas, propose des exemples, des encadrés juridiques ainsi que des exercices de révision et des questions à débattre. Grâce à cet ouvrage, le lecteur sera en mesure de développer un projet complet de commerce électronique B-to-C ou B-to-B. Dans cette nouvelle édition : • Le chapitre 1 dresse le bilan de l'e-commerce depuis son apparition, il y a 20 ans, et ses perspectives. • Le chapitre 2 est enrichi avec l'équation économique du e-commerce et la construction d'un business plan e-commerce. • Le chapitre 3 aborde l'évolution des parcours clients et des comportements clients. Il présente le store to web, le web to store, le digital in store, les iBeacons et la traçabilité des parcours cross-canaux ainsi que le nouveau rôle du magasin dans la stratégie de commercialisation. • L'approche des plateformes logicielles a été entièrement mise à jour. Elle introduit les plateformes par API, les liens avec les prestataires SaaS et la vente sur les marketplaces. • Le chapitre 8 est enrichi par la crowd-logistique et le dernier kilomètre, la logistique urbaine et l'e-commerce. • Dans le chapitre 9, les notions de communauté de clients, du tag management, de la traçabilité des parcours cross-canaux, de l'A/B testing... sont introduits ou actualisés. • La moitié des études de cas est renouvelée (Alibaba, Zalando, Citadium, Made.com, Ocado).

Gestion de la relation commerciale - 2004

L'express international - 2001

L'encyclopédie du marketing - Jean-Marc Lehu 2012-06-14

Maîtrisez le marketing rapidement et facilement, à l'aide de toutes les définitions commentées et illustrées nécessaires. En plus de la traduction anglaise du terme, L'encyclopédie du marketing offre : des commentaires de scientifiques experts du marketing, des références légales et réglementaires aux textes essentiels, des tableaux et des schémas pour une vision claire des notions complexes, des exemples illustratifs des concepts-clés expliqués, des corrélats thématiques pour circuler plus aisément dans l'encyclopédie et enrichir son vocabulaire. L'encyclopédie du marketing est un outil pratique pour les professionnels comme pour les étudiants qui souhaitent décrypter et s'approprier la terminologie marketing. Elle regroupe : 4 000 définitions de mots et de concepts-clés, 1 450 sources bibliographiques scientifiques classées, 400 illustrations publicitaires du monde entier référencées, 200 modèles marketing expliqués, Bonus : Un lexique additionnel des termes et sigles media.

Le talent en débat - Pierre-Michel Menger 2018-09-26

Fondement révolutionnaire de l'égalité des chances d'accès à toutes les carrières, l'invocation du talent fut d'abord la signature de la méritocratie républicaine. Le talent est aujourd'hui la monnaie universelle de cotation des personnes dans le travail non routinier. Pourquoi est-il considéré si souvent comme impossible à définir ? Produit des interactions complexes entre la signature génétique des individus et la force de l'éducation, il distingue l'individu dans la singularité de ses potentialités, mais fonde aussi les technologies sociales de classement. N'est-ce qu'un mythe, un autre nom pour la motivation et l'effort, ou le complément de ceux-ci ? Le nom donné à la valeur de celles et ceux qui font la différence dans des marchés mondialisés ? Le nouveau passeport de la circulation mondiale des travailleurs très qualifiés ? La sociologie, l'économie, le droit et l'histoire peuvent apporter des réponses. Les domaines explorés ici sont ceux dans lesquels la recherche et la mesure du talent sont aussi obsessionnels que tâtonnants : arts, sciences, sports, entreprises, innovation technologique.

Le Moci - 1986-10

Le Marketeur - Christian Michon 2010-05-21

Maîtrisez les fondamentaux du marketing et ses applications pratiques et initiez-vous aux dernières nouveautés de la discipline avec cette nouvelle édition profondément mise à jour et richement illustrée de cas et d'exemples actuels.

Management du Marketing Mix de la Distribution - Adil El Amri 2012

Parmi les piliers ad-hocs du mix marketing est la distribution. Avant l'avènement des boutiques traditionnelles, le merchandising a son stade primaire se retrouvait sur les étales des marchés. Une vendeuse de mangue ou d'oranges, tranchait un fruit et laissait voir la chaire juteuse de celle-ci; ceci afin d'attirer le client en lui donnant envie. Les boutiques quant elles offraient derrière un comptoir l'ensemble

de l'assortiment. Ce qui présentait l'avantage d'offrir aux clients une belle vue. Au fil du temps les magasins ont amélioré la présentation des produits pour les rendre plus attrayants. L'aboutissement logique de cette évolution du Marketing mix est le libre service: le client se promène en toute liberté, sans être importun par un vendeur, prend ce qu'il veut, le met dans son chariot et passe à la caisse. Le merchandising est l'ensemble des études et des techniques destinées à améliorer l'implantation et la présentation des produits dans un espace de vente, en vue d'accroître les ventes et la rentabilité de ces produits. L'objectif du distributeur dans le merchandising est de maximiser les ventes de toutes les références de son magasin pour une rentabilité accrue.

L'atlas du management - David Autissier 2012-04-20

DÉCIDEURS, MANAGERS, CONSULTANTS, ENSEIGNANTS, ÉTUDIANTS, dans un environnement économique en perpétuelle mutation, comment faire le point rapidement sur les principales tendances à retenir ? Comment être au fait des meilleures pratiques en vigueur dans les entreprises ? Comment maîtriser les principales innovations à l'œuvre dans les différents champs de la gestion et du management ? Organisé en 5 thématiques, ce recueil des meilleures idées, pratiques et techniques répond à 5 questions fondamentales pour les managers, les dirigeants de grandes et petites entreprises, les gestionnaires et tous ceux qui suivent des formations en commerce, gestion et économie. Les évolutions du monde et de l'économie : Quelles sont les évolutions mondiales qui modifient la gestion et le fonctionnement des entreprises ? Les stratégies innovantes des entreprises : Quelles sont les stratégies gagnantes et les entreprises qui réussissent ? Les techniques de gestion : Quelles sont les techniques de gestion utilisées par les entreprises ? Le management des hommes : Comment évolue le management des femmes et des hommes ? L'actualité du monde des affaires : Quels sont les livres, sites et personnes marquantes du monde de l'économie et de la gestion ? Avec L'ATLAS DU MANAGEMENT, vous disposez d'une synthèse de tout ce qu'il est important de connaître et maîtriser aujourd'hui pour être au top de vos compétences et progresser dans votre environnement professionnel.