



Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2)

 Télécharger

 Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2)

Layal Makki, 50 minutes

Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) Layal Makki, 50 minutes

 [Télécharger Le cycle de vie des produits et les quatre phases- ...pdf](#)

 [Lire en ligne Le cycle de vie des produits et les quatre phase ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) Layal Makki, 50 minutes

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

Un guide pratique et accessible pour comprendre le concept de cycle de vie des produits

Conceptualisé par l'économiste Raymond Vernon, le modèle de cycle de vie des produits comprend, à l'image d'une existence humaine, un développement en quatre phases majeures : le lancement/la naissance, la croissance, la maturité et le déclin. À la fois simple et universelle, la courbe de vie d'un produit permet dès lors aux entreprises de répartir stratégiquement leurs ressources et de travailler leur discours marketing en fonction des stades et de la réceptivité des clients.

Ce livre vous aidera à :

- visualiser la courbe de vie d'un produit
- adapter votre stratégie marketing ainsi que votre discours commercial en fonction des phases que connaît le produit
- privilégier l'expérience client
- et bien plus encore !

Le mot de l'éditeur :

« Avec l'auteur, Layal Makki, nous avons cherché à présenter un concept majeur qui, par sa simplicité et son aspect universel, sous-tend de nombreuses réflexions marketing et stratégiques en entreprise. En visualisant davantage les phases de vie de leurs produits, les managers parviennent dès lors à mieux anticiper les déclins en proposant des stratégies de relance ou d'abandon au profit d'un nouveau produit. »

Juliette Nève

À PROPOS DE LA SÉRIE 50MINUTES | Gestion & Marketing

La série « Gestion & Marketing » de la collection 50MINUTES fournit des outils pour comprendre rapidement de nombreuses théories et les concepts qui façonnent le monde économique d'aujourd'hui. Nous avons conçu la collection en pensant aux nombreux professionnels obligés de se former en permanence en économie, en management, en stratégie ou en marketing. Nos auteurs combinent des éléments de théorie, des études de cas et de nombreux exemples pratiques pour permettre aux lecteurs de développer leurs compétences et leur expertise. Présentation de l'éditeur

Un guide pratique et accessible pour comprendre le concept de cycle de vie des produits

Conceptualisé par l'économiste Raymond Vernon, le modèle de cycle de vie des produits comprend, à l'image d'une existence humaine, un développement en quatre phases majeures : le lancement/la naissance, la croissance, la maturité et le déclin. À la fois simple et universelle, la courbe de vie d'un produit permet dès lors aux entreprises de répartir stratégiquement leurs ressources et de travailler leur discours marketing en fonction des stades et de la réceptivité des clients.

Ce livre vous aidera à :

- visualiser la courbe de vie d'un produit
- adapter votre stratégie marketing ainsi que votre discours commercial en fonction des phases que connaît le produit
- privilégier l'expérience client
- et bien plus encore !

Le mot de l'éditeur :

« Avec l'auteur, Layal Makki, nous avons cherché à présenter un concept majeur qui, par sa simplicité et son

aspect universel, sous-tend de nombreuses réflexions marketing et stratégiques en entreprise. En visualisant davantage les phases de vie de leurs produits, les managers parviennent dès lors à mieux anticiper les déclins en proposant des stratégies de relance ou d'abandon au profit d'un nouveau produit. »

Juliette Nève

À PROPOS DE LA SÉRIE 50MINUTES | Gestion & Marketing

La série « Gestion & Marketing » de la collection 50MINUTES fournit des outils pour comprendre rapidement de nombreuses théories et les concepts qui façonnent le monde économique d'aujourd'hui. Nous avons conçu la collection en pensant aux nombreux professionnels obligés de se former en permanence en économie, en management, en stratégie ou en marketing. Nos auteurs combinent des éléments de théorie, des études de cas et de nombreux exemples pratiques pour permettre aux lecteurs de développer leurs compétences et leur expertise.

Download and Read Online Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) Layal Makki, 50 minutes #J5S9IAE7C13

Lire Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes pour ebook en ligneLe cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes à lire en ligne.Online Le cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes ebook Téléchargement PDFLe cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes DocLe cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes MobiPocketLe cycle de vie des produits et les quatre phases-clés: Quelles stratégies supporter, à quel moment et pour quel produit ? (Gestion & Marketing t. 2) par Layal Makki, 50 minutes EPub

J5S9IAE7C13J5S9IAE7C13J5S9IAE7C13