

Sommaire.

Avant-propos.

Chapitre 1 : la démarche mercatique de l'entreprise.

Chapitre 2 : l'exploitation de l'information commerciale par le Système d'Information Mercatique (SIM).

Chapitre 3 : la performance commerciale de l'entreprise.

Chapitre 4 : l'évaluation de la demande.

Chapitre 5 : la découverte des clients.

Chapitre 6 : l'analyse du portefeuille client prospect

Chapitre 7 : l'entretien d'une relation client durable.

Chapitre 8 : la segmentation, le ciblage, le positionnement.

Corrections.