

Marketing des services



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

- * Permettre aux étudiants de distinguer les spécificités d'une stratégie Marketing de service vs une stratégie marketing produit
- * Les faire pratiquer sur le modèle de servuction

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	7h
TD	Travaux Dirigés	7h

Plan du cours

1. Comprendre les services : typologie, caractéristiques et comportement clients.
1. Définir l'offre globale de service : services de base et services périphériques, fleur de services.
2. Mix marketing de service : Les 7 P
3. Élaborer la stratégie de services : qualité et fidélisation clients
4. Gérer les éléments de servuction : client, personnel en contact et supports physiques
5. Créer / Gérer une activité de service grâce au Blueprint
6. Expérimenter une création de service / Cas pratique

Compétences visées

A l'issue du cours les étudiants sauront :

- * Faire le diagnostic d'une activité de servuction,
- * Formuler des recommandations d'amélioration pour la distribution d'un service,
- * Adapter une stratégie Marketing propre à un service

Bibliographie

EIGLIER P. (2004), Marketing et Stratégie des Services, Economica

EIGLIER P., LANGEARD, Servuction, le marketing de services, Edisciences

LOVELOCK C. et al. (2008) Marketing des services, Pearson Education, 6ème Edition

MEYRONIN et DITANDY (2007), Du management au marketing des services , Dunod

Infos pratiques

Lieux

› Anancy-le-Vieux (74)

Campus

› Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux