

Extrait du econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

<http://econokoi.org>

etendue profondeur distribution

- marketing - A connaître -

Marketing ○

Date de mise en ligne : mardi 19 décembre 2006

Description :

Le producteur doit présenter ses produits aux consommateurs potentiellement acheteurs...

econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

Le producteur doit présenter ses produits aux consommateurs potentiellement acheteurs. Dans certains cas, le contact s'effectue directement : par exemple, ventes à la ferme, ventes en atelier ou en usine, ventes par correspondance, etc. Mais dans la plupart des cas, le producteur aura besoin de faire appel à des commerçants détaillants qui proposeront ces produits aux consommateurs qui fréquentent leurs points de vente. C'est là qu'interviennent les notions d'étendue et de profondeur de la distribution.

L'étendue qualifie le nombre (ou pourcentage) de points de vente diffusant les produits considérés. Elle joue sur la probabilité pour un produit d'être en contact avec ses consommateurs potentiels.

La profondeur qualifie la place relative faite à ce produit par rapport à ses concurrents dans les points de vente où il est présent (dans une grande surface, elle se mesurera en nombre de paquets alignés ou en centimètres occupés sur les linéaires). Elle détermine le repérage et l'attention portée au produit considéré dans le point de vente, et par là même la probabilité de contact avec le consommateur.