

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

<http://econokoi.org>

# filere

- marketing - A connaître -

**Marketing** ○

Date de mise en ligne : mardi 19 dcembre 2006

## **Description :**

Les produits proposés des clients/consommateurs (marché aval) sont réalisés partir de ressources exploitées cette fin (marché amont)...

---

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

---

Les produits proposés à des clients/consommateurs (marché aval) sont réalisés à partir de ressources exploitées à cette fin (marché amont). Chaque entreprise sur ses marchés prend part à ces intermédiations. Elle entre ainsi dans un processus appelé "filière".

Les fonctions qui se réalisent au long de la filière d'un produit sont appelées "fonctions logistiques" :

- ▶ emballage et conditionnement : le produit est groupé (mis en caisse) et conditionné (mis sous l'emballage destiné à être présenté au client final) ;
- ▶ transport et livraison à chaque niveau de la filière : il s'agit souvent d'une expédition, dans les délais convenus (délais de livraison) ;
- ▶ assortiment : c'est le groupement de produits différents destinés à un même client ;
- ▶ stockage : c'est, à chaque stade de la filière, la nécessité de conserver le produit jusqu'à sa revente et d'en financer l'immobilisation ;
- ▶ facturation et paiement : c'est ce qui marque le passage du produit des mains d'un acteur à celles du suivant.

Se positionner sur un marché, autrement dit définir les fonctions déléguées et celles assurées en interne, est une démarche essentielle. En effet, si certaines entreprises cherchent à coordonner elles-mêmes l'ensemble de ces fonctions, il n'est pas toujours rentable de vendre en direct au consommateur et recourir à un intermédiaire peut éviter des dépenses de temps et d'argent.