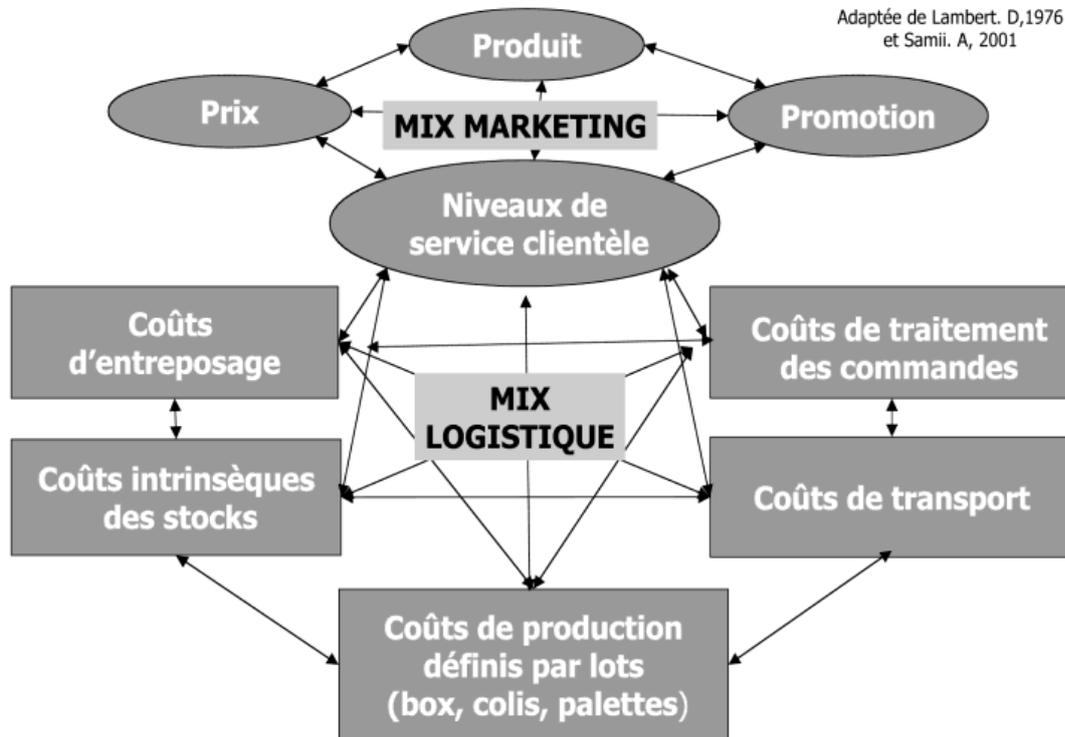


Question d'analyse :

Nous avons le schéma suivant qui représente l'articulation entre la logistique et le marketing :



- Expliquez comment le marketing et la logistique peuvent –ils coopérer pour qu’une entreprise puisse être plus concurrentielle et plus compétitive ?

Réponse

Marketing Mix et Mix Logistique Adapté de Lambert 1976 L'articulation entre la logistique et le marketing répond à la mise en oeuvre des activités de mix marketing par rapport à ceux du mix logistique (figure 2) en tenant compte du besoin de l'offre de l'entreprise dans une perspective de satisfaction de client. Donc le marketing doit déterminer une politique de produit (gamme, prix, communication et niveau de service), ce qui va être traduit en termes de choix de localisation. La logistique intégrera ces contraintes marketing pour une mise en œuvre des produits demandés

Par ailleurs, la coopération entre le marketing et la logistique peut considérablement améliorer la compétitivité d'une entreprise. Tout d'abord, une communication efficace entre ces deux départements peut permettre une meilleure anticipation des besoins des clients. Le marketing peut fournir des informations sur les tendances du marché et les prévisions de vente, ce qui permet à la logistique de planifier plus précisément ses opérations, réduisant ainsi les coûts de stockage et de transport.

De plus, une collaboration étroite peut contribuer à améliorer la satisfaction client. Le marketing peut communiquer les attentes des clients en termes de délais de livraison et de qualité du service, permettant ainsi à la logistique de mettre en place des processus plus efficaces pour répondre à ces exigences.

En outre, une coopération entre le marketing et la logistique peut aider à identifier de nouvelles opportunités de marché. Le marketing peut fournir des informations sur les segments de marché émergents ou les produits à fort potentiel, permettant à la logistique de développer des solutions adaptées pour atteindre ces marchés de manière efficace et rentable.

Enfin, la collaboration entre le marketing et la logistique peut contribuer à réduire les coûts globaux de l'entreprise en optimisant les processus et en évitant les gaspillages. En travaillant ensemble pour identifier et résoudre les inefficacités, les deux départements peuvent contribuer à renforcer la compétitivité de l'entreprise sur le marché.