**SOMMAIRE**

1. **ANALYSE DE L’ENVIRONNEMENT COMMERCIAL… ..…...........................Pages 1/6**
	1. Etude du potentiel de la zone de chalandise………………………………….…… Page 1
	2. Analyse de la clientèle………………………………………….………………………….......Page 2
	3. Etude la concurrence …………………………………..………………………………. ..Pages 3/4
	4. Etude du marché produit………………………………………………………………………Page 5
2. **PRESENTATION DE L’ACTION D’ANIMATION/PROMOTION………………………………………………………….……….Page 6**
3. **RETRO-PLANNING DE L’ACTION………………………………………………………….….Page 7**
4. **MISE EN ŒUVRE…………………………………………………………………………….…Pages 8/12**
	1. Choix des techniques de vente………………………………………………….……..Pages 8/9
	2. Choix des supports de communication…………..…………………………………..Page 10
	3. Mise en place des actions de marchandisage………………………...….………..Page 11
	4. Organisation et coordination de l’action d’animation…… ………………..…Page 12
5. **MESURE DES PERFORMANCES ………………………………………………………Pages 14/15**
	1. Analyse des points forts et des points faibles de l’action d’animation .. Page 14
	2. Analyse quantitative par rapport à N-1 ……..……………………………….. …...Page 14
	3. Analyse qualitative (questionnaire de satisfaction)…………………………..…Page 15
6. **CONCLUSION………………………………………………………..Page 16**
7. **ANNEXES**