

L'evolution du marketing est le resultat des actions d'adaptation des strategies des entreprises a leurs environnements economique et social. Par ailleurs, une strategie marketing est influencee egalement par l'environnement, les capacites productives et les ressources financieres de l'entreprise. Au regard de ce que j'ai pu observer et de mon analyse des reponses donnees a mes entretiens avec la responsable marketing, elle m'a paru aise d'affirmer que cette entreprise entreprend un visage decisif de son existence en mettant en application une grande partie des pratiques usuelles du marketing industriel. Le constat fait que les objectifs strategiques sont loin d'etre atteints, compte tenu de l'analyse SWOT, de la matrice Benchmark et des positions concurrentielles de l'entreprise. La strategie marketing d'une entreprise, depend en grande partie de la volonte et des competences de ses dirigeants. Deuxiemement les competences des dirigeants sont aussi un facteur determinant dans la reussite de la strategie marketing de l'entreprise, car non seulement, celle-ci repose sur l'intuition et la force de l'imagination, les dirigeants doivent avoir un esprit democratique, en acceptant les critiques des autres parties du systeme de pilotage de l'entreprise. D'un cote, les besoins et les attentes du consommateur evoluent plus vite que ses ressources et d'un autre cote, le retrecissement des cycles de vie des produits et ceux des outils de production impliquent de grands besoins en financement pour les entreprises. Par consequent les objectifs recherches par les strategies marketing s'orientent vers l'obtention d'un meilleur rapport qualite .prix