

*P. Kotler, e.a., Marketing management, Pearson, Paris, 2019.*

---

2024

FR. Le marketing, c'est 'discerner les besoins des personnes pour y répondre au mieux'.

C'est la science qui étudie les besoins des personnes.

La question est de savoir ce dont on a besoin, ce qui apporte quelque chose de bon. Ce qu'on peut soi-même apporter aux personnes.

...

On en revient toujours à l'idée qu'il faut vendre.

Pourquoi faut-il arriver à vendre ?

Mais parce qu'on demande aux personnes si elles sont intéressées. Chacun sait pour lui-même quels produits ou services lui sont utiles. Il y a aussi un devoir de faire un effort de séduction. Même l'Etat ne peut pas se limiter à imposer des choses d'en haut. Il faut consulter.

...

Le service marketing et le service commercial sont deux revers d'une même médaille. L'un

s'occupe de la conception et de la présentation de l'offre, tandis que l'autre s'occupe de la vente concrète, transactionnelle.

NL.

Marketing is 'de behoeften van mensen onderzoeken om er zo goed mogelijk op te antwoorden'.

Het is de wetenschap die de behoeften van mensen bestudeert.

De vraag is wat iemand nodig heeft, wat hem iets goeds brengt. Wat kan ik iemand bijbrengen.

...

We vallen steeds terug op het idee dat men moet verkopen.

Waarom moeten we verkopen?

Maar omdat we mensen vragen of ze geïnteresseerd zijn. Iedereen weet het best voor zichzelf welke producten of diensten hem nuttig zijn. Behoeften zijn persoonlijk en subjectief.

Er is ook een plicht om een poging te doen om te verleiden. Zelfs de staat kan zich niet beperken tot het opleggen van zaken van bovenaf. Het is noodzakelijk om te raadplegen.

...

De marketingafdeling en de verkoopafdeling zijn twee kanten van dezelfde munt. De ene zorgt voor de vormgeving en de voorstelling van het aanbod, terwijl de ander zorg draagt voor de concrete, transactionele verkoop.

Bleu2.eu

