

Stratégie (s) de distribution

Chapitre 1. Les enjeux de la distribution dans le secteur du tourisme.

Préparation du cours

Vous avez à votre disposition (sur moodle) les livres suivants : « Marketing des services » de Patrick Gabriel, Ronan Divard, Marine Le Gall-Ely, Isabelle Prim-Allaz (2014). Après avoir lu le chapitre 6 (La politique de distribution, page 131) de ce livre et de tout autre document (manuel, articles scientifiques, etc.) auquel vous avez accès via votre ENT ou via une bibliothèque/médiathèque numérique, vous répondrez aux questions suivantes :

1. Qu'attend-on par la notion de politique de distribution dans le domaine du marketing ?
2. Qu'est-ce qu'un canal de distribution et quels sont ses objectifs dans le secteur des services ?
3. Identifiez quelques avantages et inconvénients des principaux canaux de distribution utilisés par les entreprises de services.
4. Qu'est-ce qu'un intermédiaire dans le domaine de la distribution ? Citer et expliquez quelques exemples de système d'intermédiation dans le secteur du tourisme.
5. Quels sont les risques d'une stratégie de distribution multicanale pour une entreprise de service ?

N.B. Vos réponses doivent être claires et bien structurées avec des exemples concrets. Les concepts utilisés doivent être des concepts validés dans la littérature en science de gestion ou en économie. C'est la méthode de la « *classe inversée* ! ».