



# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b>	<b>5</b>
CHAPITRE 1   DÉFINITION DE LA POLITIQUE DE DIFFUSION	7
CHAPITRE 2   DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE	17
CHAPITRE 3   ÉVALUATION DES ACTIONS DE DIFFUSION	27
CHAPITRE 4   SUIVI ET ANALYSE DES RÉSULTATS	37
CHAPITRE 5   RELATIONS CLIENTS ET USAGERS	47
CHAPITRE 6   OPTIMISATION DES CANAUX DE DISTRIBUTION	57
<b>CONCLUSION</b>	<b>65</b>