



Les responsabilités des différents acteurs

Différents participants

Les consommateurs ?

- 1) Choisir une offre qui leur paraît intéressante, à savoir un ensemble de caractéristiques
- 2) Faire un achat à un prix donné
- 3) Être prêt ou désireux de payer le prix et éventuellement attendre (surtout pour les produits de luxe)
- 4) Être prêt à renoncer à certaines caractéristiques
- 5) Être prêt à renoncer à certaines caractéristiques pour un prix ?

Les entreprises ?

- 1) Définir la stratégie d'entreprise et la mettre en œuvre de manière efficace
- 2) Définir un système de travail et les procédures de travail des collaborateurs de son entreprise
- 3) Définir une politique de travail et travailler son image
- 4) Définir une stratégie commerciale en fonction de la position de l'entreprise
- 5) Choisir un prix, gérer l'innovation et se différencier (exemple : Apple) ou autres particularités (exemple : McDonald)
- 6) Faire jouer les instruments de politique de prix ou travailler les autres instruments de marketing
- 7) Définir la composition du capital (partenaires, clients)
 - 1) Définir l'investissement et l'innovation en matière de produits
 - 2) Définir les conditions de financement de l'entreprise

Le Co-Operative Agency = AAA – ERM, OR – ERMVA

Quelles sont les responsabilités de la Co-Operative Agency ?

- 1) Faire un bilan des conditions de travail et les agents de travail en fonction de leur situation financière et fiscale
- 2) Définir une stratégie de communication
- 3) Définir les caractéristiques de travail
- 4) Définir le support de financement des entreprises clientes
- 5) Définir le système de travail en fonction de leur situation financière, personnelle, de leur situation familiale, de leur situation
- 6) Définir le mode de travail en fonction de leur situation de consommation (AAA)
- 7) Définir un système de travail en fonction de leur situation
- 8) Définir un système d'innovation en matière de travail
- 9) Définir un système de travail en fonction de leur situation