

Conclusion générale :

L'entreprise est une organisation constituant une unité économique destinée à l'échange et à la circulation des biens et services. Elle dispose des moyens humains et matériels qu'elle met en œuvre pour fabriquer des produits, réaliser des travaux ou fournir des services pour son public.

Elle permet aux consommateurs de se procurer des biens dont ils ont besoin, cela suppose la prise en compte d'un certain nombre de paramètres importants à savoir la distance séparant le consommateur du point de vente, la disponibilité des produits dans la quantité voulues et l'offre d'un choix varié en terme d'assortiment, ces paramètres font partie des fonctions de la distribution.

La distribution est orientée vers l'optique marketing, ou elle joue un rôle d'avant-garde dans la stratégie de l'entreprise, vu qu'elle assure le lien entre l'entreprise et ses clients, son efficacité est considérée comme un atout majeur pour l'entreprise.

Le choix du circuit de distribution est l'une des décisions les plus difficiles, et les plus risquées qu'une société peut prendre ; dans la mesure où cela lui permettra de définir la manière par laquelle elle va écouler ses produits et pour faire face à la concurrence et de cela accroître sa part de marché.

En effet, au cours de notre stage au sein de l'entreprise Ramdy, nous avons effectué une évaluation sur sa politique de distribution à travers l'étude des stratégies, les circuits de distribution qu'elle a choisis à sa distribution.

L'analyse et l'interprétation des informations recueillies par le moyen d'une face à face, avec le responsable du service commercial de l'entreprise RAMDY, Nous amener :

- A confirmer la première hypothèse qui est : la stratégie intensive adoptée par l'entreprise Ramdy est nécessaire pour le choix d'un mode de distribution dans un environnement concurrentiel.
- A infirmer la deuxième hypothèse qui : une meilleure gestion des circuits de distribution permet a l'entreprise Ramdy d'être performante car nous avons constaté l'insuffisance des circuits de distribution mit en place et cela a cause de l'inefficacité de ce dernier et car il ne répond pas aux objectifs fixer par l'entreprise, donc elle doit revoir sa politique de distribution.

En notre qualité de stagiaire nous avons pu remarquer ce qui suit :

- La notoriété de la marque ne semble pas élargie en raison d'une communication non développée.
- La création et la mise sur pied d'une structure marketing apparaissent nécessairement nécessaires.
- Les produits Ramdy font l'objet d'une distribution moindre en dehors de la wilaya.
- L'entreprise Ramdy donne le poids beaucoup plus a la qualité de ses produits.

Nous avons essayé d'apporter quelques recommandations à la SARL Ramdy, qui sont :

1. Faire un effort en matière de contrat avec ses distributeurs pour essayer d'assurer la disponibilité des produits de l'entreprise dans les meilleurs délais et dans les conditions favorable.
2. Améliorer la qualité du service.
3. Le suivie des clients.
4. Fixer pour chaque intermédiaire un objectif a réalisé. Cela permet d'évaluer l'effort fourni par chacun d'eux.

5. Mettre en place une force de vente déléguée permettant de pénétrer d'autre marché.
6. L'entreprise devant créer une structure marketing qui doit être animé par un personnel spécialisé, sa mission est d'établir en mettre en œuvre une stratégie marketing et aussi :
 - A. Développer des méthodes d'accélération des ventes comme la promotion des ventes, la publicité...
 - B. Procéder a un suivi, afin de mieux cerner les besoins du marché.
 - C. Procéder aux études de marché pour détecter et évaluer les opportunités et les menaces
 - D. Etre a l'écoute des préoccupations de la clientèle.
 - E. Concevoir et mettre en œuvre un système d'information marketing.
 - F. Appliquer une stratégie de communication basée sur les avantages du produit et cela en mettant l'accent sur la qualité et la performance.
 - G. La participation a des foires et salons nationaux et internationaux est indispensable pour nouer les contacts et s'ouvrir sur le monde extérieur.

Nous espérons vivement que notre étude et nos recommandations seront prise en considérations par l'entreprise.

Nous espérons aussi. Que notre modeste travail contribuera dans la sensibilisation de la dite entreprise a l'importance du marketing.