

GSM SAS » Paris-La Défense (92) Commercial Marketing

Moulinex : étude produits et positionnement des marchés français et étrangers ; tendances socio-culturelles à 5 ans. • 1991-1993

[Open in Bach](#)

Présentation du contenu

Stratégie et positionnement des marques, 1992.

Les territoires de marques Moulinex, Krups, Girmi, Swan en Europe.

Les communications publicitaires télévision de la marque Moulinex, 1991.

Stratégie de territoire des marques, 1991.

Les appareils à main.

Mission marketing.

Les nouveaux comportements alimentaires en France, 1992.

Aspirateurs automatiques, synthèse de l'étude marketing, 1992.

Reflexions sur les tendances socio-culturelles à l'horizon cinq ans (1993).

Etudes sur la ligne santé et beauté, 1992.

Date de l'unité documentaire

1991-1993

Description physique

Nombre d'éléments

1 boîte

Support

papier

Dimensions

A4

Noir et blanc ou couleur

noir et blanc

Organisme responsable de l'accès intellectuel

11 I A 1 (4)

Langue des unités documentaires

français / anglais

Origine

Moulinex

Communicabilité

Collaborateurs Groupe Seb

Informations sur la description

Référence de la notice source dans la base ACCESS : 71

Descripteurs

Mot matière libre : GSM SAS

Mot matière libre : étude de marché

Lieu : Courbevoie (Hauts-de-Seine, Ile-de-France, France)

Cotes extrêmes 1 GSM SAS 100