

# GÉNÉRALITÉS

## Generalidades

### **absorber**

absorber

*El potencial del mercado es lo que el mercado puede absorber del producto y de productos semejantes del sector.*

### **abus**

el abuso

*El Consejo de la Competencia interviene en caso de abuso de posición dominante.*

### **abus de dépendance économique**

abuso de dependencia económica

### **abus de position dominante**

abuso de posición dominante

### **achat**

la compra, la adquisición

*La compra nueva es cuando una empresa compra por primera vez un producto a un proveedor con quien no había trabajado antes.*

### **achat d'art**

compra de arte

### **achat d'espace**

compra de espacio

### **achat groupé**

compra agrupada

### **achat habituel**

compra habitual

### **achat hédoniste**

compra hedonista

### **achat hors zone = évacion**

compra fuera de zona

### **achat impulsif**

compra por impulso

### **achats industriels**

compras industriales

### **achat de nécessité**

compra necesaria

### **achat nouveau**

compra nueva

### **achat obligatif**

compra obligativa

### **achat planifié ≠ achat spontané**

compra prevista ≠ espontánea

### **achat réfléchi**

compra pensada

### **achat réflexe = routinier**

compra de repetición

### **achat simulé**

compra simulada

### **achat successif**

compra sucesiva

### **achat et vente**

compraventa

### **acte d'achat**

acto de compra

### **fréquence d'achat**

ritmo de compra

### **habitudes d'achat**

hábitos de compra

### **lieu d'achat**

lugar de compra

### **modèle d'achat**

pauta de compra

### **situation d'achat**

situación de compra

### **type d'achat**

tipo de compra

**achat de faible complexité**

la compra de complejidad baja  
*Son las compras de repetición, frecuentes, por impulso, de baja implicación. Suelen ser de bajo precio.*

**acheter, acquérir**

comprar, adquirir  
*El consumidor compra el producto basándose en el número de cualidades que tiene en relación a la competencia.*

**accord**

el acuerdo  
*El acuerdo se oficializa mediante un contrato.*

**action**

la acción  
*La estrategia es el conjunto de acciones que la empresa pone en práctica para asegurar una ventaja competitiva a largo plazo.*

**action terrain**

acción in situ

**agir**

actuar

**adaptation**

la adaptación, la adecuación  
*La mercadotecnia está vinculada a un entorno cambiante, a consecuencia está en un proceso de adaptación continuo.*

**adapter**

adaptar, adecuar, ajustar  
*El consumidor puede comprar el producto aunque el precio no sea de su agrado pero sus características le parecen las adecuadas.*

**s'adapter aux conditions du marché**

ajustarse a las condiciones del mercado

**affaire, commerce**

el negocio  
*El portafolio de negocios comprende las divisiones, líneas y unidades estratégicas de un negocio.*

**aide**

la ayuda, el apoyo  
*Las promociones son apoyos para la venta.*

**aide technique**

la asistencia técnica

**aides visuelles**

las ayudas visuales

**ajustement**

el ajuste  
*La información proporcionada por los resultados del plan de marketing es muy útil para realizar ajustes adecuados.*

**ajuster ; réajuster**

ajustar ; reajustar

**aller droit au but**

ir al grano  
*El mensaje tiene que ir al grano sin dar vueltas al tema.*

**anticiper**

anticipar  
*La empresa anticipa los resultados con el plan de previsiones de ventas.*

**application**

la aplicación, la ejecución, la puesta en práctica  
*La aplicación estratégica es el proceso que permite llevar a cabo el plan de mercadotecnia.*

**mettre en application**

ejecutar, llevar a cabo, poner en práctica

**approche (point de vue) ; (le fait de s'approcher)**

el enfoque (punto de vista) ; la aproximación, el acercamiento  
*El plan de marketing exige un enfoque realista de la situación de la empresa.*

**approcher le client**

acercarse al cliente

**appui**

el apoyo  
*En la franquicia el verdadero elemento diferenciador es el apoyo de la marca.*

**s'appuyer sur**  
apoyarse en

**associer**  
asociar, unir, vincular  
*El consumidor asocia muy a menudo calidad y marca.*

≠ **dissocier**  
disociar, desvincular

**attaquer**  
atacar  
*La empresa ataca un nuevo mercado.*

**augmentation**  
el aumento, el incremento  
*Un incremento de las ventas es un indicador del éxito del plan de marketing, pero no es el único.*

**augmenter**  
aumentar, incrementar

**avantageux**  
ventajoso  
*Los salones sectoriales son muy ventajosos para el 37 % de los expositores.*

**avant-projet**  
el anteproyecto  
*El anunciante quiere ver el anteproyecto diseñado por la agencia.*

**avertir**  
advertir, avisar  
*La CNMV obligará a las entidades a adjuntar un folleto explicativo que advierta de los riesgos del producto.*

**axer, centrer**  
orientar, centrar  
*La campaña se centra en los adolescentes.*

**bénéfice**  
el beneficio  
*Calibrar los beneficios que aporta cada cliente es esencial para elaborar estrategias con las que fidelizarlos.*

**bénéfice attendu ; net ; prévu**  
beneficio esperado ; neto ; previsto

**bénéfices financiers ; d'image**  
beneficios financieros ; beneficios de imagen

**obtenir des bénéfices**  
obtener, lograr beneficios

**bénéficiair**  
beneficiario

**bilan**  
el balance  
*El balance de la campaña resulta muy positivo.*

**brevet**  
la patente  
*La empresa registra la patente.*

**déposer un brevet**  
registrar una patente

**breveter**  
patentar  
*La firma ha patentado la idea en los países en los que se explota este formato publicitario.*

**budget, devis**  
el presupuesto  
*El Corte Inglés, primer anunciante español, tiene un fuerte presupuesto para marketing.*

**budgetisé**  
presupuestado

**budget prévisionnel**  
estimación presupuestaria

**énorme budget publicitaire**  
abultado presupuesto publicitario

**assigner un budget**  
asignar un presupuesto

**préparer un budget**  
diseñar un presupuesto

**but**

la meta, el objetivo, el propósito  
*La meta de la publicidad consiste en incentivar la demanda.*

**but intermédiaire**

meta intermedia

**cadrer**

encajar

*Si usted es hombre, usa con frecuencia Internet, tiene entre 18 y 35 años, vive en el norte de España, encaja en el perfil típico del ciberapostador ibérico.*

**cahier des charges**

el pliego de condiciones

*Con los 50 folios del pliego de condiciones, los futuros licitadores ajustan sus ofertas.*

**calculer la probabilité**

calcular la probabilidad

*El método del índice ponderado se utiliza para calcular la probabilidad de éxito de un nuevo producto.*

**calendrier**

el calendario

*El calendario puede consistir en diferentes gráficos para diferentes mercados o períodos de tiempo.*

**caractéristique**

la característica

*Nos dirigimos a un grupo de consumidores que tienen características similares o diferenciales.*

**caractéristiques similaires ≠ différentielles**

características similares ≠ diferenciales

**caractéristiques socio-démographiques**

características socio-demográficas

**cause**

la causa

*La investigación causal busca encontrar las causas de los comportamientos de los consumidores.*

**champ**

el sector

*Es el conjunto de todo lo que está comprendido en una actividad.*

**champ d'action**

el sector de actividad

**chance de succès (avoir une)**

tener una probabilidad de éxito

*Al diseñar bien los objetivos de promoción se asegura una buena probabilidad de éxito.*

**changement**

el cambio

*Introduciremos cambios en el envase para que el producto sea más atractivo al consumidor.*

**changer**

cambiar

**chercher**

buscar

*Estamos buscando a nuevos clientes.*

**chiffre d'affaires**

la facturación, el volumen de negocios

*La moda infantil facturó en España unos 650 millones de euros en 2003.*

**réaliser un chiffre d'affaires**

realizar un volumen de negocios, facturar

**choix**

la elección, la opción

*Su elección es coherente con sus valores y expectativas.*

**choisir**

elegir, seleccionar, escoger, optar por

*El consumidor escoge el producto si cumple las características que él desea.*

**classer, ranger**

clasificar

*En la segmentación se clasificarán a los consumidores según ciertas características.*

**clause**

la cláusula

*La cláusula es la disposición pactada en un contrato.***code**

el código

*El código visual es el conjunto de las características de identificación de una empresa.***code de conduite**

código de conducta

**code couleur**

código de color

**code postal**

el código postal

**code visuel**

código visual

**cohérence**

la coherencia

*Coherencia, compromiso, comunicación, código de conducta y calidad en la gestión son los cinco principios del marketing con causa.***combiner**

combinar

*Estos elementos pueden combinarse con otras variables para alcanzar una estrategia integrada empresarial.***comparer**

comparar, equiparar

*Al comparar los resultados obtenidos en los mercados test y en los mercados de control es posible valorar la eficiencia de las medidas elegidas.***compatible**

compatible

*Hay que fijar objetivos que sean compatibles con el mercado objetivo.***compenser**

compensar

*Los « papás Disney » intentan crear los fines de semana un mundo de fantasía para sus hijos, para compensar la falta de tiempo que les dedican durante la semana.***complèter**

complementar

*Las empresas que apuestan por este formato publicitario, lo emplean para complementar su publicidad tradicional.***concevoir**

concebir, diseñar, idear

*La empresa debe contar sobre un producto bien concebido y diseñado.***conditions**

las condiciones

*El análisis de la situación consta de tres partes : las condiciones generales, las de la competencia y las de la propia empresa.***connaître**

conocer, experimentar, sufrir

*Conocer la fuerza de la competencia es necesario a la hora de diseñar un plan de marketing coherente.***connaître des changements**

experimentar cambios

**connaître une baisse ≠ une****hausse**

sufrir una baja ≠ experimentar un crecimiento

**connaissance**

el conocimiento

*Existe un marketing que tiene por objetivo ampliar el conocimiento sobre los clientes para personalizar la oferta.***conquérir, gagner**

conquistar, captar

*Existen numerosos herramientas para captar a clientes y conquistar cuotas de mercado.***conquête**

la conquista, la captación

*La captación de nuevos clientes resulta más cara que la retención de ellos mismos.***consacrer**

dedicar

*Los niños dedican demasiado tiempo a los videojuegos.*

**se consacrer à**  
dedicarse a

**conserver un client (le fait de)**  
la retención del cliente

*Al conocer el nivel de satisfacción de una muestra de la cartera de clientes se puede trabajar la fidelización, retención y mejora de procesos.*

**consommation =**  
**consumérisme**  
el consumerismo

*Es un movimiento social que tiene por objetivo la defensa de los consumidores.*

**contingences**  
las contingencias

*Es importante establecer un plan de contingencias para cada posible situación nueva.*

**contrainte**  
la obligación

*Existen las obligaciones de comunicación, de fabricación o de medios.*

**contrat**  
el contrato

*El resultado final dependerá de su colocación en la cancha publicitaria y el acierto de sus contratos que vaya encestando.*

**contrat de licence d'exploitation**  
contrato de licencia de explotación

**contrat publicitaire**  
contrato publicitario

**contrat de sous-traitance**  
subcontrato

**durée du contrat**  
duración del contrato

**il est stipulé dans le contrat que...**  
en el contrato se estipula que...

**signer un contrat**  
firmar un contrato

**contreproductif**  
contraproducente

*Es necesario asegurarse de que la publicidad es acorde con el posicionamiento elegido para el producto ; en caso contrario podría ser contraproducente.*

**coût**  
el coste

*Según el estudio constatamos que los costes resultan elevados.*

**coût d'acquisition**  
coste de adquisición

**coût par commande**  
coste por pedido

**coûts commerciaux**  
costes comerciales

**coût au contact, au contact utile**

coste por contacto, por contacto útil

**coûts directs ≠ indirects**  
costes directos ≠ indirectos

**coûts de développement du produit**  
costes de desarrollo del producto

**coût de distribution**  
coste de distribución

**coûts d'étude**  
costes de investigación

**coûts fixes**  
costes fijos

**coûts logistiques**  
costes logísticos

**coût supplémentaire**  
coste extra

**coût partagé**  
coste compartido

**coût de production**  
coste de producción