



# L'ANGLAIS DU MARKETING

EN 1 000 MOTS ET EXPRESSIONS CLÉS

ISABELLE ARNAUD

**Studyrama**  
Réussir son avenir





# SOMMAIRE

|                           |          |
|---------------------------|----------|
| <b>INTRODUCTION .....</b> | <b>7</b> |
|---------------------------|----------|

## **PARTIE 1**

### **FRANÇAIS - ANGLAIS**

#### **9**

|                                                                                                 |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ANALYSE &amp; ÉTUDE DE MARCHÉ.....</b>                                                       | <b>11</b> |
| Concepts clés • Études quantitatives • Études qualitatives •<br>Métiers • Analyse des tendances |           |

|                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>STRATÉGIE MARKETING .....</b>                                                       | <b>18</b> |
| Segmentation • Ciblage • Positionnement •<br>Avantage concurrentiel • Plan stratégique |           |

|                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>PRODUIT &amp; MARQUE.....</b>                                                                          | <b>25</b> |
| Développement produit • Gestion de gamme • Cycle de vie •<br>Développement de marque • Expérience produit |           |

|                                                                                                          |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>PRIX &amp; RENTABILITÉ .....</b>                                                                      | <b>32</b> |
| Stratégies de prix • Modèles économiques • Structure des coûts •<br>Rentabilité • Indicateurs financiers |           |

**PROMOTION & COMMUNICATION.....39**

Publicité • Relations publiques • Promotion des ventes •  
Communication d'entreprise • Planification média

**MARKETING DIGITAL.....45**

Techniques de référencement • Médias sociaux •  
Marketing de contenu • Médias payants • Automatisation marketing

**DISTRIBUTION.....52**

Canaux de distribution • Commerce au détail • Commerce en ligne •  
Logistique & chaîne d'approvisionnement •  
Gestion des points de vente

**RELATION CLIENT.....58**

Gestion de la relation client • Expérience client • Fidélisation •  
Gestion des réclamations • Indicateurs de performance

**MERCHANDISING.....64**

Merchandising de séduction • Merchandising de gestion •  
Merchandising stratégique • Merchandising digital •  
Merchandising promotionnel

**MARKETING ÉTHIQUE.....70**

Marketing responsable • Cycle de vie durable • Communication  
responsable • Impact environnemental • Stratégies RSE

## **PARTIE 2**

# **ANGLAIS - FRANÇAIS**

### **77**

#### **MARKET ANALYSIS & RESEARCH .....79**

Key concepts • Quantitative studies • Qualitative studies •  
Jobs • Trend analysis

#### **MARKETING STRATEGY .....85**

Segmentation • Targeting • Positioning •  
Competitive advantage • Strategic plan

#### **PRODUCT & BRAND.....91**

Product development • Product line management •  
Product lifecycle • Branding • Product experience

#### **PRICING & PROFITABILITY .....97**

Pricing strategies • Business models • Cost structure •  
Profitability • Financial indicators

#### **PROMOTION & COMMUNICATION.....103**

Advertising • Public relations (PR) • Sales promotion •  
Corporate communication • Media planning

#### **DIGITAL MARKETING.....109**

Search optimization techniques • Social media •  
Content marketing • Paid media • Marketing automation

**DISTRIBUTION..... 115**

Distribution channels • Retail • E-commerce •  
Logistics & supply chain • Store management

**CUSTOMER RELATIONSHIP ..... 121**

Customer relationship management (CRM) • Customer experience •  
Loyalty • Complaint management • Performance indicators

**MERCHANDISING ..... 127**

Visual merchandising • Operational merchandising •  
Strategic merchandising • E-merchandising • Promotional  
merchandising

**ETHICAL MARKETING ..... 133**

Responsible marketing • Sustainable lifecycle •  
Responsible communication • Environmental impact •  
CSR strategies



# INTRODUCTION

Ce petit guide présente les mots et expressions indispensables en anglais pour travailler dans le domaine du marketing.

Il vous permet également de réviser ou d'enrichir votre vocabulaire courant, et liste les termes dont vous aurez besoin pour communiquer dans des situations de la vie professionnelle : analyse et étude de marché, marketing digital, relation client, distribution...

Vous y trouverez donc le vocabulaire utile lorsque vous devez parler de choix stratégiques ou de marketing opérationnel, ou encore de communication, de promotion et d'opérations spéciales.

Bien que de nombreux termes du marketing soient issus de l'anglais, c'est un ouvrage qui vous permet de connaître et d'avoir sur vous tous les termes clés pour faciliter vos échanges avec vos interlocuteurs et vous exprimer de manière plus précise.





PARTIE 1

# FRANÇAIS — ANGLAIS





# ANALYSE & ÉTUDE DE MARCHÉ MARKET ANALYSIS & RESEARCH

## Concepts clés Key concepts

| FRANÇAIS                   | ANGLAIS                             |
|----------------------------|-------------------------------------|
| Approche B2B               | Business-to-business (B2B) approach |
| Approche B2C               | Business-to-consumer (B2C) approach |
| Approche C2C               | Consumer-to-consumer (C2C) approach |
| Besoin                     | Need                                |
| Cible                      | Target                              |
| Demande                    | Demand                              |
| Expérience client          | Customer experience                 |
| Fidélité                   | Loyalty                             |
| Marché                     | Market                              |
| Mix marketing              | Marketing mix                       |
| Notoriété                  | Brand awareness                     |
| Part de marché             | Market share                        |
| Politique de communication | Communication policy                |
| Politique de distribution  | Distribution policy                 |

|                            |                       |
|----------------------------|-----------------------|
| <b>Politique produit</b>   | <b>Product policy</b> |
| <b>Politique tarifaire</b> | <b>Pricing policy</b> |
| <b>Positionnement</b>      | <b>Positioning</b>    |
| <b>Prix</b>                | <b>Price</b>          |
| <b>Produit</b>             | <b>Product</b>        |
| <b>Réputation</b>          | <b>Reputation</b>     |

### BON À SAVOIR

Le terme marketing est aujourd'hui largement utilisé en français, y compris dans les entreprises, les écoles et les documents officiels. Le mot mercatique, bien qu'existant comme équivalent français, est principalement réservé aux contextes scolaires ou académiques et reste peu employé dans la pratique professionnelle.

## Études quantitatives Quantitative studies

| <b>FRANÇAIS</b>                 | <b>ANGLAIS</b>              |
|---------------------------------|-----------------------------|
| <b>Analyse statistique</b>      | <b>Statistical analysis</b> |
| <b>Base de données</b>          | <b>Database</b>             |
| <b>Échantillon</b>              | <b>Sample</b>               |
| <b>Enquête</b>                  | <b>Survey</b>               |
| <b>Erreur d'échantillonnage</b> | <b>Sampling error</b>       |
| <b>Étude descriptive</b>        | <b>Descriptive study</b>    |

|                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| Étude longitudinale     | Longitudinal study    |
| Étude transversale      | Cross-sectional study |
| Formulaire              | Questionnaire form    |
| Intervalle de confiance | Confidence interval   |
| Marge d'erreur          | Margin of error       |
| Méthode aléatoire       | Random method         |
| Méthode probabiliste    | Probability sampling  |
| Panel consommateur      | Consumer panel        |
| Sondage                 | Poll                  |
| Taille d'échantillon    | Sample size           |
| Taux de réponse         | Response rate         |
| Test statistique        | Statistical test      |
| Variable dépendante     | Dependent variable    |
| Variable indépendante   | Independent variable  |

### BON À SAVOIR

Les termes *survey* et *poll* sont proches mais non interchangeables : *survey* renvoie à une étude structurée, souvent analytique, tandis que *poll* désigne plutôt un sondage rapide, souvent d'opinion.

# Études qualitatives

## Qualitative studies

| FRANÇAIS                   | ANGLAIS                 |
|----------------------------|-------------------------|
| Analyse comportementale    | Behavioral analysis     |
| Analyse thématique         | Thematic analysis       |
| Animateur                  | Moderator               |
| Discussion de groupe       | Focus group             |
| Entretien individuel       | One-on-one interview    |
| Étude ethnographique       | Ethnographic study      |
| Guide d'entretien          | Interview guide         |
| Méthode projective         | Projective method       |
| Observation participante   | Participant observation |
| Perception                 | Perception              |
| Perception du consommateur | Consumer insight        |
| Profil type                | Typical profile         |
| Recherche exploratoire     | Exploratory research    |
| Réponse ouverte            | Open-ended response     |
| Saturation des données     | Data saturation         |
| Test utilisateur           | User testing            |
| Transcription              | Transcript              |
| Tri qualitatif             | Qualitative sorting     |
| Validation croisée         | Cross-validation        |
| Verbatim                   | Verbatim quote          |

## BON À SAVOIR

Dans les cultures anglo-saxonnes, une étude perçue comme trop longue ou trop complexe peut être jugée inefficace. Les décideurs attendent des résultats immédiatement exploitables, même si l'analyse est partielle.

## Métiers Jobs

| FRANÇAIS                                           | ANGLAIS                   |
|----------------------------------------------------|---------------------------|
| Attaché de presse                                  | Press relations manager   |
| Chargé de communication                            | Communications officer    |
| Chargé des relations publiques                     | Public relations officer  |
| Chef de produit                                    | Product manager           |
| Chef de projet marketing                           | Marketing project manager |
| Chef de publicité                                  | Advertising manager       |
| Chef de rayon                                      | Department manager        |
| Community manager/Animateur de communauté en ligne | Community manager         |
| Concepteur-rédacteur                               | Content writer            |
| Directeur de magasin                               | Store director            |
| Merchandiseur                                      | Merchandiseur             |
| Responsable approvisionnement                      | Purchase manager          |
| Responsable communication                          | Communications manager    |
| Responsable CRM                                    | CRM manager               |