



Année Universitaire 2018 - 2019

Session du mois de Janvier 2019

M1 Economie Manageriale Industrielle

MARKETING FONDAMENTAL (4250)

Cours de Mme le Professeur Mathilde GOLLETY

Durée de l'épreuve : 3 heures

Documents autorisés : aucun

Calculatrice autorisée

Exercice 1 : 4 points

Mary, à la sortie de ses examens de troisième année en école de commerce, souhaite se divertir. Une soirée est prévue à partir de 21 heures, mais il n'est que 13 heures ! Elle décide d'aller faire un peu de shopping avec son amie Caroline. Elles se rendent alors dans un grand magasin et Mary décide d'acheter une crème scintillante pour le corps afin de se faire belle en perspective de la soirée. Elles s'arrêtent au corner de la marque « plus douce ! » et la vendeuse lui propose un pot à 45 euros. Mais Caroline lui déconseille cette marque : elle lui a provoqué une allergie ! De toute façon, Mary préfère se rendre dans la boutique « 4U » que lui a vivement recommandé son dermatologue et qui commercialise des produits sympas et bons pour la peau. En plus, ils ne sont pas chers ! Elles se rendent donc dans cette boutique à l'ambiance très cocooning, où les parfums sont délicats et les couleurs pastel.

Commentez ce récit en faisant appel à vos connaissances en comportement du consommateur.

Exercice 2 : 4 points

Le parfumeur Sanspasbon, qui distribue son parfum uniquement en ligne, a chargé l'agence d'étude de marché SOFROS de réaliser une étude sur les comportements des consommateurs à partir de son site internet et de ses données d'activité. Il apparaît que :

Le site internet de Sanspasbon draine 30% des recherches sur les mots clés « parfum » ou « parfum+internet ».

Parmi ces visiteurs, 31% visitent plus d'une page sur le site internet.

Parmi l'ensemble des visiteurs qui accèdent au site internet, SOFROS estime que 1% vont valider un panier et effectuer l'achat.

Une analyse attentive des fichiers révèle que 10% des acheteurs de Sanspasbon renouvellent leur achat

Après avoir défini ce qu'est le funnel, pouvez-vous reconstituer celui de la société Sanspasbon ? Qu'en concluez-vous ?

Exercice 3 : 5 points

« Il ne peut y avoir de conduite de la transformation ni de stratégie de conquête ou de développement sans une marque puissante.../...Les marques sont au cœur de notre économie et notre création de richesse ». Laurent Habib, 10 juillet 2018, président de l'Association des Agences Conseil en Communication, patron de l'agence Babel.

Après avoir rappelé ce que recouvre la notion de marque, vous commenterez cette citation de Laurent Habib en développant les arguments selon lesquels les marques participent, dans la société digitale qu'est la nôtre, à la création de richesse.

Vous veillerez à organiser votre pensée et vos arguments (rédaction : une page maximum).

Exercice 4 – 3 points

Une entreprise veut toucher des femmes de 25 à 49 ans dont les critères sociaux professionnels sont cadre supérieurs, cadres moyens, chef de PME. L'effectif de sa cible est de 3 332 000 femmes françaises, soit 16,5% des femmes de plus de 15 ans. Les supports choisis sont des magazines sélectionnés pour leur affinité avec la cible.

Le budget est de 650 000 € bruts environ.

Quatre plans médias sont testés :

Plan testé magazine	Plan média 1	Plan média 2	Plan média 3	Plan média 4
Magazine 1	3(1+2)	4(1+3)	-	3(1+2)
Magazine 2	-	-	3(1+2)	4(1+3)

Magazine 3	3(1+2)	4(1+3)	4(1+3)	-
Magazine 4	3(1+2)	4(1+3)	4(1+3)	3(1+2)
Magazine 5	3(1+2)	3(1+2)	-	3(1+2)
Magazine 6	3(1+2)	3(1+2)	4(1+3)	4(1+3)
Budget	660 500	652 120	650 310	655 250
Couverture	67%	64.3%	65.4%	63.3%
Répétition	3.7	4.1	3.7	4.8

3(1+2) 1 = page simple quadrichromie 2 = 1double page quadrichromie

4(1+3) 1 = page simple quadrichromie 3 = 3 pages quadrichromie

Définissez ce qu'est le G.R.P. Calculez-le et indiquez le plan à retenir, en justifiant vos recommandations.

Exercice 5 – 4 points

Vous êtes appelé(e) par une société spécialisée dans les produits dits naturels pour faire une étude de marché sur les thèmes suivants:

- les motivations et goûts des consommateurs français de produits dits naturels ;
- leurs perceptions et attitudes vis à vis de ces produits;
- leur connaissance des marques;
- leurs modes d'achat et leur fréquentation de la distribution

La Société Naturalia, qui vous commande cette étude, veut que vous lui fournissiez une étude complète qualitative et quantitative sur ces thèmes.

Présentez et justifiez avec précision votre méthodologie.

Vous proposerez un guide d'entretien pour l'étude qualitative.

Il n'est pas nécessaire en revanche d'écrire le questionnaire mais vous préciserez et justifierez ses conditions d'administration.

Bon Travail !