



Année Universitaire 2018 - 2019

Session du mois de Janvier 2019

L3 Eco-Gestion

MARKETING FONDAMENTAL (4314)

Cours de Mme le Professeur Mathilde GOLLETY

Durée de l'épreuve : 3 heures

Documents autorisés : aucun

Calculatrice autorisée

Exercice 1 : 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 2 : 5 points

« La voix s'impose jour après jour dans les usages des consommateurs par le biais des assistants vocaux installés dans les enceintes connectées, mais aussi dans les smartphones. Ces systèmes basés sur l'intelligence artificielle seront l'un des enjeux majeurs pour les marques dans les années à venir. » RelationClient Mag, 14 nov 2018

Après avoir analysé l'article ci-joint, vous développerez une réponse structurée (pas plus d'une page) en expliquant pourquoi les chatbots sont un des enjeux majeurs pour les marques à l'avenir.

Exercice 3 – Joyeux Noël ! - 4 points -

Jean-Raoul Joyeux et son épouse, Huguette Noël, tiennent le bar « La tête brûlée » à Troyes.

Leur fils, Pierre-Charles Joyeux-Noël a décidé de reprendre ce commerce. Pierre-Charles imagine de proposer un nouveau cocktail à destination des trentenaires mais il hésite sur le prix. Il a donc demandé à douze amis trentenaires comme lui de répondre à deux questions :

1. À partir de quel prix jugeriez-vous ce cocktail trop cher ?
2. En dessous de quel prix auriez-vous peur qu'il soit de mauvaise qualité ?

Voici les réponses qu'il a obtenues :

Individu	Question 1 (en euros)	Question 2 (en euros)	Individu	Question 1 (en euros)	Question 2 (en euros)
Ali	8	5	Gaston	11	7
Béatrice	9	7	Hervé	10	6
Chloé	9	6	Inès	10	5
David	9	7	Jeannine	11	6
Émilie	7	5	Karl	10	7
Francis	7	4	Lalibella	7	4

Par ailleurs, il faut ajouter qu'un quart des 100 000 habitants de Troyes et de son agglomération sont susceptibles d'aller au moins une fois par an dans un bar. Sachant que le coût de revient de son cocktail serait de 5 €,

- a. Quel prix devra choisir Pierre-Charles s'il souhaite maximiser le nombre d'acheteurs potentiels ?
- b. Même question s'il souhaite obtenir des gains rapidement ?
- c. Pour fixer son prix, qu'a-t-il oublié ? Quel risque lui fait courir cet oubli ?

Exercice 4 – 4 points

L'ONG Urgence Afrique vous sollicite pour une mission de conseil. Elle souhaiterait que vous l'aidiez à construire un instrument qui lui permettrait de mesurer l'attitude des consommateurs à l'égard de l'ONG.

Après avoir défini ce qu'est l'attitude, vous proposerez la construction d'un tel outil de mesure.

Annexe - Description de l'ONG Urgence Afrique

Urgence Afrique est une ONG française laïque et totalement indépendante, qui opère en Afrique de l'Ouest depuis 2006. Urgence Afrique intervient en priorité là où des populations et leur cadre de vie sont menacés, en mettant en place des programmes d'aide centrés sur la santé, l'éducation et le développement économique.

Pour contribuer à la mise en œuvre de ces projets, Urgence Afrique envoie en mission des volontaires, de tous âges, de toutes formations, apporter leurs compétences sur le terrain.

Depuis plus de 10 ans nous oeuvrons pour assurer l'autonomisation de nos programmes d'intervention dans les pays. Ce sont des équipes locales qui assurent la responsabilité des programmes sous le pilotage du Président et du Responsable des missions et programmes situés eux en France.

Chaque pays pour lequel des actions opérationnelles sont actives est doté d'un bureau sur site et d'un Responsable de pôle. Celui-ci est entouré d'une équipe permanente et/ou occasionnelle dont la géométrie s'adapte au nombre de bénévoles présents.

Depuis janvier 2015 le bureau physique sis en France a été fermé pour optimiser les charges de structure et la délégation des relations aux candidats bénévoles a été reportée sur les chefs de pôle de chaque pays.

Le Responsable des missions et programmes en France garde cependant la relation suivie avec les équipes locales, la gestion de la communication, la gestion financière des missions et programmes, le développement des actions et du partenariat de l'ONG.

Principe d'une mission

Nos missions sont ouvertes à tous. Elles sont basées sur le principe du « don-acteur »: nous proposons ainsi au volontaire de contribuer au financement de la solidarité internationale et d'en être l'acteur.

Ce principe s'appuie sur la double action simultanée: un don financier et une action concrète de terrain où le volontaire transfère ses compétences et acquiert par la même occasion un savoir-faire opérationnel et culturel; il découvre une autre culture, se confronte au milieu, aux situations locales sur le terrain, teste ses capacités d'adaptation, interagit avec son entourage, et ressort inévitablement grandi.

Ainsi, le volontaire prend personnellement la mesure du bénéfice qu'il apporte aux populations locales.

Votre action profite ainsi en priorité à des communautés de personnes et contribue à apporter des moyens à des populations ou des organisations démunies.

Comment s'organise votre mission ?

Votre mission, une fois les différentes formalités d'inscription faites, fait l'objet d'un contrat entre Urgence Afrique et vous-même, ou le cas échéant, une convention tripartite avec votre organisme de formation s'il s'agit d'un stage. Urgence Afrique vous prend en charge dès votre arrivée à l'aéroport et vous raccompagne à celui-ci, le jour de votre départ. En semaine, vous êtes sur les lieux de mission et pris en charge pour toutes questions logistiques.

Le week end vous êtes hébergés mais libres de votre temps et vos repas sont à votre charge ; Si vous souhaitez faire un peu de tourisme, les équipes locales se feront un plaisir de vous conseiller.

Pour votre mission, une période d'observation sur site sera organisée sur une période allant, suivant les cas, de 2 jours à une semaine.

C'est un moment crucial pour vous permettre d'appréhender votre nouvel environnement. C'est aussi l'occasion de poser toutes les questions au Responsable de programmes ou aux coordinateurs terrain. Vous pourrez également bénéficier des expériences d'autres bénévoles sur place en même temps que vous.

Cette étape passée, vous engagerez progressivement les actions de terrain ; toute initiative nouvelle fera l'objet d'un accord préalable de l'équipe sur place. En permanence vous serez accompagné(e) sur le terrain, les populations locales parlant rarement le français. Votre accompagnateur peut être soit le Responsable de pôle soit le coordonnateur.

Chaque fin de semaine est l'occasion d'échanger, de prendre du recul et réorienter les priorités. Vous mémoriserez au fil de votre mission les points forts pour bâtir votre rapport de mission, vous vous attacherez à garder le lien et la cohérence avec les actions entreprises avant vous et celles reprises par d'autres volontaires après vous. C'est cette action plurielle qui reste au bénéfice des villages concernés.

La durée d'une mission est au minimum d'un mois, la période idéale étant de 2 mois.

Vous êtes libre d'élaborer votre mission selon votre expérience et votre envie, de choisir la période pendant laquelle vous souhaitez partir, et la durée de votre séjour, ainsi que la destination, en respectant néanmoins le cadrage des programmes d'actions opérationnelles pré établies et décrites dans le document « Programmes opérationnels » à télécharger.

Exercice 5 – 3 points

Une entreprise taïwanaise commercialise un robot aspirateur, nommé Chi-Chi. Elle a choisi une politique de distribution intensive, illustrée par le tableau suivant (le robot Chi-Chi est distribué à Taiwan dans quatre enseignes d'hypermarchés, deux enseignes de supermarchés et deux enseignes de grandes surfaces spécialisées, chacune ayant plusieurs points de vente). Elle envisage de modifier sa politique de distribution et a le choix entre une politique de distribution intensive, visant

l'ensemble des hypermarchés et des supermarchés, et une politique de distribution sélective, visant seulement quelques enseignes spécialisées.

	Enseignes	Nombre de points de vente	DN
Hyper	Hyper 1	2	100 %
	Hyper 2	6	66 %
	Hyper 3	12	75 %
	Hyper 4	4	75 %
Super	Super 1	18	89 %
	Super 2	18	95 %
GSS	GSS 1	3	33 %
	GSS 2	4	25 %

Calculez la disponibilité numérique globale du robot aspirateur Chi-Chi en hypermarchés, en supermarchés et en GSS à Taiwan.

La DV de l'entreprise taïwanaise est de 70 % en hypermarchés et en supermarchés, et de 50 % en GSS. Que pouvez-vous en conclure ?

Quelle politique de distribution lui conseillez-vous ?

Bon Travail !