



# Réponses ACTIVITÉ 1

Vous dirigez le service commercial de la société Sentbon qui produit des parfums de grande distribution et vous demande d'envisager le lancement d'un nouveau produit, un parfum haut de gamme.

## 1) Dans quelle situation vous trouvez-vous ?

Nous nous trouvons dans la situation d'une entreprise désirant conquérir de nouveaux clients, c'est-à-dire : prospecter

## 2) Quelle sera votre première préoccupation et que devez-vous faire en premier lieu ?

La première préoccupation doit être une bonne connaissance du marché.  
La première démarche consistera donc à faire une étude de marché pour établir sa politique commerciale.

## 3) Quelles sont les informations dont vous avez besoin ?

Nous avons besoin d'informations concernant :

### ➤ L'offre sur le marché :

- **Les concurrents** : leur nombre, leurs pratiques (gamme de produits), leur marché (part de marché), leurs stratégies.
- **Les distributeurs** (qui assurent la commercialisation du produit) : leurs exigences (politique de prix, élevés ou pas), leur nature (grands, petits, spécialisés), leurs magasins (conditionnement du produit, présentation sur les rayons)

### ➤ La demande sur le marché

Les **consommateurs** qui sont-ils ? (acheteurs-consommateurs ou acheteurs-utilisateurs), quelles sont leurs motivations lorsqu'ils achètent ? Sont-ils sensibles au prix ? Leur revenu est-il prépondérant pour décider de l'achat ? Quelle est leur réaction devant le produit ? Comment achètent-ils ? Etc.

### ➤ L'environnement :

- **La connaissance de l'environnement socio-économique** est primordiale, il s'agit d'étudier l'évolution de la société en général et de ses besoins, celle de l'activité économique générale (conjuncture), la situation monétaire (favorable ou défavorable au crédit), le contexte international (ouverture ou repli des marchés) les perspectives démographiques,...
- **La segmentation du marché** : le découpage du marché en sous-ensemble de consommateurs ayant des caractéristiques communes capables d'expliquer les différences de comportement.

➤ **Le produit :**

La recherche d'une adéquation entre la conception du produit et les besoins du consommateur suppose que l'entreprise s'interroge sur les **caractéristiques du produit** (composants, conditionnement, emballage, appellation, fonction, utilisation, nouveauté, améliorations possibles,...)

**4) Quelles seront les différentes étapes de votre étude de marché**

Les différentes étapes de l'étude de marché sont :

- La définition du problème
- La collecte d'information
- Le plan de l'étude
- Le choix des informations
- L'analyse des informations
- La présentation des résultats

**5) Quelle stratégie allez-vous adopter pour choisir votre circuit de distribution et pourquoi ?**

Il s'agit d'un parfum haut de gamme, il convient donc d'adopter une **stratégie sélective** de façon à créer une image de marque.

La stratégie sélective consiste à choisir un nombre restreint de distributeurs en fonction de certains critères : taille du magasin, compétence des vendeurs, emplacement, agencement, image de marque,...