

Évaluations de Fin de Modules Régionales

Semestre : S2& Étale

Année de formation : 2023-2024

Éléments de correction

Secteur	:	Gestion et Commerce	Niveau	:	Technicien Spécialisé
Filière	:	Gestion des Entreprises	Année	:	1A
Module : M106- Marketing					

Théorie : (10 Points)

Question1 : **(2 Pts)**
Définir le marketing.

Le **marketing** (ou **mercatique** en français) a pour but l'étude des besoins, attentes et comportements des consommateurs en vue de leur proposer des produits ou des services adaptés. Il vise à rencontrer la demande en comprenant d'abord les besoins du marché.

Question2 : **(6 Pts)**

Vous cochez les bonnes réponses

- 1- **En marketing le premier objectif est de..... ? (1P)**
 - a) Identifier les besoins de nos consommateurs éventuels
- 2- **L'étude de l'environnement marketing d'une entreprise permet de définir ? (1P)**
 - a) L'ensemble des facteurs qui affectent l'entreprise de près ou de loin
- 3- **Le marketing cherche à créer ? (1P)**
 - a) Besoins
- 4- **La pratique du marketing consiste à construire une offre en fonction? (1P)**
 - b) De tous ces éléments
- 5- **Processus d'achat ,l'initiateur est celui? (1P)**
 - b) Qui, pour la première fois, suggère l'idée d'acheter le produit
- 6- **Un achat routinier est? (1P)**
 - b) Un acte d'achat par habitude et non par fidélité

Question 3 : **(2 Pts)**

Quelles sont les facteurs sociaux qui influencent le comportement du consommateur ?

- Famille**
- Groupe de Référence**
- Rôles et Statut**

Pratique : (30 Points)

CHERGUI est une marque 100% des Domaines Agricoles qui travaille depuis plus de 40 ans à vous offrir des produits laitiers frais de qualité supérieure et authentiques.

La marque CHERGUI se décline en différentes **gammes** de produits aux recettes authentiques ou originales, privilégiant toujours le goût et la richesse des ingrédients La marque CHERGUI regroupe plusieurs catégories de produits.

Des yaourts à la cuillère : les fermes (Jnane), les crémeux (crème de CHERGUI), les gourmands (Brassés aux fruits), les diététiques (Finesse), santé (Bifidus) et au lait de chèvre

Des yaourts à boire : à la pulpe de fruits (Daya) et aromatisés (Raïbi)

Des jus de fruits au lait : Fawakih

Des desserts bicouche aux fruits

Des fromages : au lait de vache et au lait de chèvre

CHERGUI s'adresse aux **consommateurs** désireux de savourer des produits premium, sains et naturels, emprunts d'élégance et de finesse.

La qualité gustative des produits est assurée par une sélection rigoureuse des matières premières.

Nos **packagings** allient modernité, praticité et innovation.

La marque CHERGUI est disponible sur tout le territoire marocain, en grande et moyenne distribution, dans les commerces de proximité et dans le réseau des boutiques LES DOMAINES.

FORMATS PRATIQUES : Lancement nouveau produit

Nos yaourts à boires ont disponibles en deux formats pratiques: des bouteilles de 450g pour une consommation individuelle et des bouteilles de 900g pour une utilisation régulière.

LES PROTÉINES, ESSENTIELLES POUR UNE VIE ACTIVE SAINE :

Nous utilisons exclusivement des protéines concentrées, pour un apport protéique de haute qualité, essentiel pour la récupération et la construction musculaire dans le cadre d'une activité sportive régulière.

L'apport en protéines a aussi l'avantage de protéger la masse musculaire durant la perte de poids dans le cadre d'un régime. Les protéines jouent enfin un rôle crucial dans la santé et le bien-être des personnes âgées : maintient de la force musculaire, bon fonctionnement du système immunitaire et des processus physiologiques essentiels.



Partie I: (14 points)

1. Définir les mots soulignés : (6 points)

Marque : La marque est donc un signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit ou service d'une entreprise de ceux proposés par les entreprises concurrentes. Il s'agit d'un repère pour le consommateur et éventuellement d'une "garantie" de qualité et de service.

Gamme : Une **gamme de produits** correspond à un ensemble de produits ou de services partageant des similarités : technologique, applications, besoins clients servis, etc

Consommateurs : Un **consommateur** est une personne qui achète des produits pour son usage

Packaging : Le **packaging** désigne normalement l'emballage extérieur ou le conditionnement visible du produit. C'est l'enveloppe qui protège et met en valeur le produit, tout en jouant un rôle essentiel dans la communication et la séduction des consommateurs

2. A quel segment de marché s'adressent le nouveau CHERGUI SPORT ? (2 point).

Le **produit YAROUT GHERGUI SPORT** s'adresse principalement à un segment spécifique de consommateurs, à savoir les **personnes actives et sportives**

3. Quel est le critère de segmentation choisi pour la marque GHERGUI ? (2 point)

segmentation comportementale

4. Quelle est la motivation qui pousserait le consommateur à acheter le nouveau GHERGUI SPORT (2 point)

Motivation Hédoniste : L'achat pour le plaisir et la satisfaction personnelle.

Motivation Oblative : L'achat pour faire plaisir à autrui. Offrir ce produit à un ami sportif ou à un membre de la famille qui s'entraîne régulièrement peut être une motivation.

Motivation de Santé et de Forme Physique

Motivation de Découverte

5. Quelle est la stratégie de distribution adoptée par la marque GHERGUI (2 point)

- **Distribution Intensive :** Le produit est présent dans un maximum de points de vente.

Partie II : (8 points)

Dans le cadre d'une stratégie d'élargissement de la gamme, la marque veut évaluer l'opération de lancement de son GHERGUI SPORT. A cet effet, il vous est demandé de **rédigier un questionnaire** qui sera administré à un échantillon représentatif de la population et dont les objectifs se présentent comme suit :

- Evaluer la consommation de GHERGUI SPORT de la part de l'échantillon (1 points)
- Evaluer la notoriété de la marque GHERGUI (1 points)
- Identifier les principaux concurrents (1 points)
- Evaluer si les consommateurs ont vu et retenu les actions de communication sur la nouvelle marque(2 points)
- Pour les personnes n'ayant pas encore essayé le produit, évaluer les intentions d'achat du nouveau produit (1 points)
- Dresser le profil de l'acheteur. (2 points)

Correction :

Exemple d'un questionnaire :

Bonjour!

Nous sommes un groupe de stagiaires, qui a pour but de mener une étude de marché sur la consommation du nouveau produit chergui sport au Maroc. Merci de noter que vos réponses, vont rester totalement anonymes.

Ou Nous vous confirmons la confidentialité de vos réponses.

Prière de répondre à ce questionnaire, qui ne va prendre que 7 minutes de votre temps.

1) Consommez-vous des Yaourts à BOIRE de la marque CHERGUI ?

Oui Non

2) Achetez-vous le nouveau produits CHERGUI SPORT ?

Oui Non

3) Quelle est la fréquence de votre consommation?

Chaque jour

Moins de 3 fois par semaine

Plus de 3 fois par semaine

4) Quelles sont les marques des Yarouts que vous connaissez ?

Danone

Jibal

Autres à préciser...

5) Quelles sont les marques que vous consommez ?

Danone

Jibal

Autres, à préciser.....

6) A partir de quel prix, vous n'allez pas acheter le yarouts SPORT parce qu'il est trop cher ?

5 DH 10DH 15 DH 20 DH 25 DH 30DH

7) D'habitude, vous préférez acheter les YAROUTS chez :

L'épicerie Les grandes surfaces Les supérettes

8) Sur quels critères vous vous basez pour acheter les Yaourts ?

Prix Qualité L'emballage réutilisable

9) sur une échelle de 0 à 10, accordez une note au nouveau Yarout sport GHERGUI ?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Fiche signalétique :

1) Situation familiale	4) Quartier habité	7) Quelles sont les langues que vous maîtrisez?
<input type="checkbox"/> Célibataire	<input type="checkbox"/> Centre ville	<input type="checkbox"/> Arabe
<input type="checkbox"/> Marié	<input type="checkbox"/> Maamora	<input type="checkbox"/> Anglais
<input type="checkbox"/> Veuf	<input type="checkbox"/> La ville haute	<input type="checkbox"/> Français
<input type="checkbox"/> Séparé	<input type="checkbox"/> Saknia	<input type="checkbox"/> Espagnol
<input type="checkbox"/> Autres, à préciser	<input type="checkbox"/> Oulad oujih	<input type="checkbox"/> Autres à préciser.....
2) Sexe	5) Type d'habitat	
<input type="checkbox"/> Femme	<input type="checkbox"/> Maison indépendante	
<input type="checkbox"/> Homme	<input type="checkbox"/> Appartement	
3) Profession	<input type="checkbox"/> Villa	
<input type="checkbox"/> Banque	<input type="checkbox"/> Autres, à préciser	
<input type="checkbox"/> Assurance	6) Âge	
<input type="checkbox"/> Enseignement	<input type="checkbox"/> [18,25[
<input type="checkbox"/> Agriculture	<input type="checkbox"/> [25,40[
<input type="checkbox"/> Industrie	<input type="checkbox"/> [40,60[
<input type="checkbox"/> Etudiant	<input type="checkbox"/> Plus de 60 ans	
<input type="checkbox"/> Retraité		

Accepter toutes réponses cohérentes

Partie II : (8 Points) :

Une entreprise achète un produit à 100 DH par unité et le revend à 300 DH l'unité.

Les coûts de commercialisation s'élèvent à 50 DH par unité.

La quantité vendue = 350 000 Unités par année.

Les concurrents de cette entreprise réalisent un chiffre d'affaires annuel global de 8 MDH.

Le marché des NCR est estimé à 10 MDH.

1- Calculer la marge bénéficiaire de ce produit : (2 points)

$$\text{La marge} = \text{PV} - \text{Cout d'achat} = 300 - (100 + 50) = \underline{150 \text{ DH}}$$

2- Calculer le CA de cette entreprise : (2 points)

$$\text{CA} = \text{PV} * \text{Qté} = 300 * 350\,000 = \underline{105\,000\,000 \text{ DH}}$$

3- Calculer sa part de marché en valeur : (2 points)

$$\text{Part de marché en valeur} = (\text{CA de l'entreprise} / \text{CA du marché}) * 100$$

$$= 105\,000\,000 / 113\,000\,000 = \underline{92\%}$$

4- Calculer le marché actuel et le marché potentiel de cette entreprise : (2 points)

$$\text{Marché actuel total} = \text{Marché de l'entreprise} + \text{le marché des concurrents}$$

$$= \text{CA de l'entreprise} + \text{CA des concurrents} = 113\,000\,000 \text{ DH}$$

$$\text{Marché potentiel} = \text{Marché actuel total} + \text{les NCR}$$

$$= 113\,000\,000 + 10\,000\,000$$

$$= \underline{123\,000\,000 \text{ DH}}$$