

Baccalauréat technologique
Sciences et technologies du management et de la gestion
(STMG)

Spécialité mercatique

SESSION 2014

Épreuve de second groupe

Éléments de corrigé sujet n° 13

Durée : 40 minutes de préparation, 20 minutes d'interrogation
Coefficient : 6

Éléments de corrigé
Sujet n° 13

1.1- Analysez les performances commerciales de Haribo sur son marché et qualifiez sa position concurrentielle.

QG n°2 et sciences de gestion QG n°4
Notion : Performance commerciale, parts de marché
Capacité : Analyser la concurrence

Éléments de réponse :

Performances commerciales :

L'entreprise Haribo connaît une croissance en volume de 5 % par an en France. Haribo se développe grâce à une stratégie offensive en matière d'innovation qui représente 75 % de sa croissance en France. En 20 ans les ventes en volume des Crocos ont été multipliées par cinq, soit 3 200 tonnes en 2013.

Position concurrentielle :

Leader mondial des gélifiés et des réglisses, il détient la part de marché la plus importante dans le monde avec 41,10 %. Sa part de marché a évolué de + 3,8 points entre 2012 et 2013. Il est le leader et cherche à le rester. Kraft Foods-Mondelez est le challenger (deuxième) avec 23,60 % de PDM et il cherche à rattraper le leader. Les marques de distributeur sont les suiveurs avec 14,5 % de PDM.

1.2- Montrez en quoi la composition de la gamme Haribo évolue en cohérence avec le cycle de vie de ses produits.

QG n°3 et sciences de gestion QG n°5
Notion : Gamme, cycle de vie
Capacité : Caractériser et analyser la gamme

Éléments de réponse :

Les Crocos ou dragibus existent depuis 33 et 35 ans. Haribo fait évoluer la profondeur des ces lignes de produits avec de nouvelles saveurs et de nouvelles couleurs. Exemples : Dragibus blanc, Tagada en version purple. Les produits sont en phase de maturité, les nouvelles saveurs permettent de maintenir cette phase sur une durée plus longue.

1.3- Caractérissez l'approche mercatique retenue par Haribo pour le lancement de Dragibus Blanc

QG n°2

Notion : Approche mercatique

Capacité : Identifier le(s) type(s) d'approche suivie par une entreprise pour proposer un produit ou une gamme

Éléments de réponse :

Approche mercatique médiatrice, c'est une approche basée sur la co-crédation.

Il y a une interaction avec le marché en co-crédant de la valeur avec une interaction client/entreprise.

Les internautes ont été interrogés sur leur couleur préférée pour les Dragibus et, suite au vote, le Dragibus blanc a été élu.

1.4- Explicitez pourquoi le jeu concours « La cache-cache party » contribue au développement de la GRC (gestion de la relation client).

QG n°7

Notion : Gestion de la relation client

Capacité : Identifier les moyens de collecte, de stockage et d'exploitation des informations sur la clientèle et appréciez la pertinence globale de la démarche

Éléments de réponse :

La GRC permet à l'entreprise de rassembler des informations détaillées et individualisées sur les clients et de gérer avec soin tous les moments de contacts avec eux en vue de maximiser leur fidélité.

Le jeu concours « la cache-cache party » permet de collecter des informations sur la clientèle et ainsi d'enrichir ses bases de données.

1.5- A l'aide de calculs appropriés, évaluez la pertinence de ce jeu concours pour Haribo.

QG n°6

Notion : Promotion des ventes

Capacité : Analyser la pertinence et la complémentarité des moyens utilisés au regard de la cible et des objectifs visés

Éléments de réponse :

- 400 000 visites en une semaine
- 80% des internautes, soit 320 000 personnes ont aimé la page
- 1 internaute sur 3 des 80% : 106 667 personnes se sont inscrites au jeu
- 20% des inscrits : 21 333 personnes ont l'intention d'acheter

Ce jeu est pertinent. Il permet à la marque :

- Objectif cognitif (faire connaître), 400 000 visiteurs de la page Internet.
- Objectif affectif (faire aimer), 320 personnes ont aimé la page, elles participent ainsi à la communication sur le jeu concours,
- Objectif conatif (faire agir), de nombreuses personnes se sont inscrites au jeu concours, et ont l'intention d'acheter.

1.6- En quoi une approche mercatique médiatrice est-elle une garantie de succès pour une entreprise ?

QG n°2

Éléments de réponse :

- L'approche mercatique médiatrice crée une interaction avec le client, ce qui permet de mieux connaître et répondre aux attentes des clients.
- Les clients participent à la création des produits en les testant, en donnant leurs avis sur les caractéristiques du produit (matérielles ou immatérielles).
- Cela permet à l'entreprise d'être proche du marché, de gagner du temps.
- En associant les clients en co-création ils découvrent, adoptent le produit et pratiquent du bouche-à-oreille cela contribue au succès de l'entreprise
- *Etc.*

Accepter toutes autres réponses pertinentes de la part du candidat.