

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° 4

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

Éléments de corrigé Sujet n°4

1.1- Expliquez la notion de marchéage et présentez le marchéage du produit phare Cacolac.

QG n°2

Notion : marchéage

Capacité : Analyser le marchéage d'un bien ou d'un service dans ses différentes dimensions

Éléments de réponse :

Le marchéage s'articule autour des composantes suivantes : la création (produit et prix), la communication et la distribution de l'offre.

- Construire l'offre (produit et prix)
 - boisson au lait de vache, chocolatée et sucrée
 - Marque : Cacolac
 - Conditionnement canettes
 - Couleurs : jaune et marron (jaune : symbole de soleil, lumière, de l'été, de chaleur et marron le chocolat, le cacao)
 - Prix : aucune indication dans le texte
- Communication de l'offre : aucune indication dans le texte
- Distribution de l'offre : la GMS / rayon des boissons sans alcool

1.2- Justifiez les modifications apportées par l'entreprise au marchéage par rapport à la cible visée.

QG n°2

Notions : ciblage, marchéage, segmentation

Capacité : caractériser des segments de clientèle ou de produits et évaluer leur pertinence

Éléments de réponse :

- Plusieurs modifications sur la construction de l'offre :
 - Nouveau parfum (praliné noisette)
 - Design plus moderne pour le conditionnement de leur produit et nouveaux formats nouveaux formats des canettes (15cl, 20cl, 25cl) et des bouteilles (bouteille d'un litre)
 - Mention Made in France
- Communication
 - communication événementielle : manifestations
 - communication virale initiée par l'entreprise : page Facebook
- Cible visée : les adultes avec un élargissement de la cible vers les jeunes et les adolescents (consommation plus nomade, moment de consommation : goûter et pauses déjeuner)

Le produit est mieux adapté aux besoins de cette nouvelle clientèle, les moyens de communications utilisés permettent d'atteindre plus facilement la cible (Facebook et 350 000 fans sur la page).

1.3- Analysez les qualités commerciales de la marque Cacolac.

QG n°3
Notion : marque
Capacité : Analyser l'importance de la marque

Éléments de réponse :

Qualités commerciales : la marque Cacolac est une marque euphonique (elle sonne bien), évocatrice (qui contient du cacao), facilement mémorisable.

1.4- Évaluez les intérêts pour l'entreprise de modifier la taille de sa gamme.

QG n°3
Notion : gamme
Capacité : Caractériser et analyser la gamme

Éléments de réponse :

L'entreprise avait un seul produit, une boisson chocolatée sucrée (mono-produit). Elle modifie la taille de sa gamme en proposant une nouvelle saveur, boisson goût praliné-noisette et en proposant de nouveaux formats de bouteilles et de canettes. L'entreprise peut ainsi élargir sa cible, mieux répondre aux attentes de la clientèle, augmenter son chiffre d'affaires.

1.5- Calculez les ventes prévisionnelles pour l'année 2014. Relativisez votre résultat.

QG n°2
Notion : composantes du marché
Capacité : Mettre en œuvre une méthode de prévision et en relativiser le résultat

Éléments de réponse :

$15\,000\,000 + (15\,000\,000 \times 8 / 100) = 16\,200\,000$ canettes et bouteilles

Le résultat prévisionnel est un résultat à relativiser. Il est qualifié d'ambitieux. Des actions commerciales ont été mises en place pour atteindre ce résultat, mais différents éléments peuvent perturber ce résultat (mauvaises conditions météorologiques, actions de la concurrence, actions des distributeurs, conditions économiques défavorables...).

1.6- Par quels moyens un producteur peut-il mettre en valeur ses produits dans une unité commerciale réelle ?

QG n°3, 5

Éléments de réponse :

Un producteur peut mettre en valeur ses produits dans une unité commerciale par différents moyens :

- le packaging de ses produits
- l'emplacement du produit dans les linéaires
- l'utilisation du marketing sensoriel
- des actions d'animation et promotions des ventes
- *Etc.*

Accepter toutes autres réponses pertinentes de la part du candidat.