



Faculté

des sciences économiques et de gestion

Université de Strasbourg

Année universitaire 2019/2020

Licence économie-gestion 3ème année

Parcours gestion

Semestre 5 – Session 1 / Contrôle terminal

Janvier 2020

Matière : Marketing opérationnel

Enseignant : S. CHABI

Durée : 2h

Aucun document autorisé

Calculatrice autorisée

Ex.1 : 2 points, Ex.2 : 4 points, Ex. 3 : 3 points, Ex. 4 : 3,5 points, Ex.5 : 3,5 points, Ex.6 : 4 points.

Exercice 1 :

Quelles sont les différentes fonctions du packaging ?

Exercice 2 :

Un supermarché souhaite améliorer l'agencement de son rayon boissons sans alcool. Dans ce but il vous demande d'en faire son diagnostic et de proposer des préconisations en fonctions des éléments fournis dans le tableau suivant. Ces éléments correspondent au mois de janvier 2019.

	CA	Marge brute	Facing	Linéaire occupé en cm
Jus de fruits	4 800	1 001	28	800
Sodas	6 700	1 528	25	650
Cola	5 400	1 780	15	400
Sirop	490	115	10	100
Limonade	610	76	8	50
TOTAL	18 000	4 500	100	2 000

Exercice 3 :

Une entreprise a commandé une étude sur le prix psychologique dans le cadre du lancement d'un nouveau produit. Une enquête est réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes. Les questions suivantes leur ont été posées concernant le nouveau produit :

- A partir de quel prix estimez-vous que ce produit est trop cher ?
- En dessous de quel prix estimez-vous que la qualité de ce produit est mauvaise ?

Les résultats de l'enquête sont présentés dans le tableau ci-après.

Prix en euros	Prix trop élevé	Mauvaise qualité
25	0	250
50	10	180
100	30	180
125	95	170
150	160	100
200	250	70
250	270	35
300	125	15
350	60	0
Total	1000	1000

1. Déterminer le prix psychologique par un tableau.
2. Déterminer le prix psychologique par un graphique.

Exercice 4 :

Une entreprise souhaite faire de la publicité pour des vêtements destinés aux hommes de 20 à 45 ans. La population est constituée de 25 millions d'hommes dont 42% entre 20 et 45 ans. Le plan média prévoit, entre autres une insertion d'une page en quadrichromie dans deux magazines masculins A et B. Vous disposez des renseignements suivants :

Caractéristiques	Magazine A	Magazine B
Audience totale	3 015 025	2 160 000
Lectorat masculin	92 %	93 %
Age des lecteurs masculins	65 % ont entre 20 et 45 ans	60 % ont entre 20 et 45 ans

Remarque : 1 000 000 de lecteurs lisent les deux magazines. Ce sont des hommes à 98% et ils ont moins de 20 ans ou plus de 45 ans à 38%.

Calculer :

1. L'audience utile des supports A et B.
2. La duplication d'audience utile.
3. La couverture ou l'audience nette utile.
4. Le taux de couverture.
5. Le nombre global de contacts utiles.
6. Le GRP.
7. La répétition moyenne.

Exercice 5 :

Une entreprise, spécialisée dans la décoration végétale, a participé au salon professionnel « Maison & Objet » au cours duquel elle a rencontré 5 prospects chauds qui sont susceptibles de devenir des clients réguliers de l'entreprise.

- Coût d'acquisition : 220 euros
- Coût de fidélisation : 185 euros par an et par client à partir de N+1
- CA moyen annuel : 4 250 euros par client
- Marge brute : 15 % du CA HT
- Augmentation prévisionnelle du CA moyen : 5 % par an
- Taux d'actualisation : 2%

A partir des informations de l'encadré ci-dessus, calculer la valeur client prévisionnelle sur 4 ans pour ces prospects.

Exercice 6 :

Un salon de thé envisage de développer son chiffre d'affaires en proposant à ses clients un nouveau gâteau, le mont-blanc.

Le mont-blanc se compose d'une génoise et d'une crème.

- Pour le gâteau
 - Farine : 160 g pour le gâteau (prix au kg : 0,85 €)
 - Sucre : 160 g (prix au kg : 1 €)
 - 5 œufs (prix à la dizaine : 1,30 €)
- Pour la crème
 - Lait de coco : 400 ml (prix au litre : 5,10 €)
 - Coco râpé : 200 g (prix au kg : 1,80 €)
 - Farine : 50 g
 - Sucre : 50 g
 - 3 œufs
- Main d'œuvre : 1,10 €
- Autres éléments du coût de fabrication : 1,80 €

On peut faire 6 parts dans un gâteau.

Le taux de TVA est de 10 %

1. Calculer le coût de revient du gâteau mont-blanc. Sachant que le coefficient multiplicateur est de 3, quel sera le prix de vente ?
2. Calculer la marge dégagée par part de gâteau. Quel est l'intérêt de calculer la marge de chaque produit proposé à la vente ? Le salon de thé peut-il améliorer sa marge sur les produits vendus ?
3. Le comptable conseille au dirigeant de pratiquer un taux de marge de 60 %. Quel sera le nouveau prix de vente de chaque part ?
4. Sachant que le salon de thé vend 20 parts de gâteau mont-blanc par jour, quelle sera l'incidence sur les ventes de la modification du prix de vente, si le coefficient d'élasticité est de -2 ?