

EXAMS - JAN 2022

Session normale

Semester 9 - MAC

Gestion de relation Client (CRM)



Université Abdelmalek Essaâdi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal- Maroc. Fax: 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

Examen de fin de semestre – janvier 2022

Épreuve	:	Gestion de la Relation Client
Durée	:	2h
Niveau	:	S9 - Marketing et Action Commerciale
Responsable	:	M. BELHSEN

Cette dernière décennie, **la pratique marketing s'est différencié tout azimut**. L'échange avec le client est examiné sous différents angles et selon différentes approches. D'un **échange purement transactionnel** à la fin des années soixante-dix, on est passé à un **échange collaboratif** avec le web 3.0 ou le web 4.0 à l'aube de 2020. Cette évolution traduit les changements induits par une clientèle d'aujourd'hui qualifiée de postmoderne. Cela étant, les managers marketing trouvent des difficultés à maintenir la relation avec ce client et se pose naturellement la question du comment réduire le **taux d'attrition** et comment ^{à-tanover - peut d'être} retenir les clients stratégiques appelés des clients VIP c'est-à-dire les clients qui créent plus de valeur pour l'entreprise. Le client d'aujourd'hui revendique le droit à la liberté et à l'hyper choix dans sa vie quotidienne. Il aspire au minimum de contraintes ou d'efforts et au maximum des choix ou de plaisirs. Dans cette perspective, le principe d'hédonisme est fort présent. Trois caractéristiques principales se dégagent de l'observation de l'individu postmoderne: **L'éclectisme**, ^{le plaisir} **l'hédonisme** et le **tribalisme**. L'ensemble de ces comportements sont devenus classiques depuis 11 mars 2020, date où COVID 19 est déclarée comme une crise pandémique mondiale par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).

Les règles obligatoires de distanciation sociale ont changé la façon dont les entreprises entretiennent des relations avec leurs clients. Les **systèmes de gestion de la relation client** ont été énormément affectés dans tous les domaines. Les vendeurs qui, au départ, rencontraient physiquement leurs clients, ont dû développer des moyens innovants pour maintenir de telles relations avec leurs clients les plus fidèles. La pandémie a métamorphosé les comportements d'achat des clients. Ces derniers ont été appelés à fonctionner avec des environnements virtuels notamment par l'utilisation de l'internet, des plateformes numériques... Dans ce sens, afin d'améliorer leur productivité et leur efficacité, les enseignes ont été contraintes d'adopter des outils d'automatisation sous la forme d'une gestion de la

relation client à travers le mobile (Mobile-Customer Relationship Management), c'est-à-dire des fonctions CRM accessibles via des applications mobiles. Ceci a conduit davantage à la **déshumanisation de la relation** produisant ainsi l'effet contraire.

Dans le même cadre, les attentes des consommateurs étaient déjà en hausse avant Covid-19. La génération Z a grandi avec une technologie parfaitement intégrée à sa vie et ses mœurs. Mais lorsque le coronavirus s'est propagé, la transformation numérique s'est accélérée très rapidement. Les **attentes des consommateurs** sont alors montées en flèche et le client attend bien plus qu'une simple transaction transparente : il attend une expérience plus numérique à travers une immersion réelle dans des environnements virtuels en l'occurrence pendant la période de confinement et la distanciation sociale : des expériences anticipées et personnalisées. Pour ce faire, les entreprises traquent les clients sur internet notamment sur tous les réseaux sociaux et doivent être capables d'offrir un contenu sur le net parfaitement expérientiel afin de **ravir le client et le réenchanter.** *"A l'ère de COVID 19, les données clients sont collectées en temps réel puis traitées de façon synchrone et les expériences sont construites de manière personnalisée à l'aide de l'intelligence artificielle et de la technologie 3D et la réalité augmentée. L'idée derrière est d'attacher les clients au magasin virtuelle afin de faire plus d'achats. Cela dit, la GRC classique reposant sur un **data warehouse** connecté à **data mining** est remplacé par l'intelligence artificielle. Dans le même sens, grâce aux données massives collectées sur les comportements des clients, une **stratégie marketing de l'offre** peut être définie"* souligne le Responsable CRM de Walmart/

Questions

1. Expliquer les mots en gras.
2. Rappeler l'optique culturelle de l'orientation marché et expliquer sa relation avec la CRM.
3. Expliquer les propos du responsable CRM de Walmart.
4. Rappeler en quoi consistent le concept de relation et présenter son cycle de vie en marketing. Enumérer les actions marketing à définir dans chaque étape.
5. Comment peut-on considérer les différents clics comme une chaîne de valeurs dans la relation magasin virtuel-client.
6. A l'ère de la pandémie COVID 19, comment peut-on gérer la relation avec les clients de la génération Z.

Intelligence Economique

UAE
ENCG – TANGER

Session : Janvier 2022

Épreuve: Intelligence économique

Niveau : 5ème année (S9), toutes options

Date et heure : 06 janvier 2022 à 09H00

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB : Une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)

Bon courage !

Répondre aux trois questions suivantes :

Question 1 (5 points)

Quelles sont les convergences et les divergences entre le renseignement militaire et l'information stratégique des entreprises? (Répondre sous forme tabulaire).

Question 2 (7 points)

L'intelligence économique est un terrain de paradoxes par excellence, lesquels paradoxes se manifestent à travers toutes les questions (le quoi, le pourquoi, le comment, le qui, le quand, etc.) que se posent aussi bien le théoricien que le praticien, dans la mesure où ceux-ci hésitent de considérer l'intelligence économique en tant qu'activité **glorieuse** ou **honteuse**, de la saisir en temps de **« guerre »** ou de **« paix »**, de l'apprécier en tant qu'**avoir** ou **être**, qu'elle relève d'une responsabilité **interne** ou **externe**, qu'elle interpelle **le stratège** ou **le tacticien**, qu'elle s'inscrit dans **la régularité** ou **l'irrégularité**, qu'elle se traduit par une action **individuelle** ou **collective**, etc. **Expliquer. (Répondre sous forme tabulaire).**

(D'après Mostafa ABAKOUY, 2021)

Question 3 (8 points) : Cas Layrice¹

En cette fin d'année 2015, la société Layrice doit faire face à un choc financier considérable. Elle n'a aucun espoir d'encaisser une créance de *4 millions de dirham* sur son seul client, la société Kachara.

Depuis cette date, des efforts soutenus de prospection ont été entrepris. En 2017, ceux-ci ont été récompensés. En effet, un nouveau client a été approché. Il s'agit de la société belge Thouchmicht. Comble de malchance, celle-ci était dirigée par une bonne partie d'ex-cadres de Kachara. Les rapports commerciaux se sont rapidement dégradés, car ces cadres s'immiscuaient exagérément dans la détermination des prix. Dès lors, un rapport de force s'est installé et a nourri rapidement une atmosphère de méfiance et de défiance avec Layrice. En conséquence, les relations ont été rompues la même année entre Layrice et Thouchmicht.

En 2003, M. Ajakrak père décide de fonder une entreprise de conserves de poisson, appelée Layrice. Il est originaire de la région d'Al Hoceima et entretient des rapports commerciaux très amicaux avec les armateurs locaux, chalutiers et exploitants de la pêche traditionnelle du port d'Al Hoceima. M. Ajakrak, débute son activité dans la conservation d'anchois marines, activité destinée entièrement au marché extérieur. Il est aidé en cela par ses fils Jilguiro, Saysay et Abaddane, qui travaillent à ses côtés. C'est ce dernier, Abaddane qui est en charge du développement de la société.

Entre 2003 et 2018, Layrice a développé de nombreuses gammes de produits agroalimentaires, issues principalement de la transformation du poisson. Elle référence dans son catalogue : des anchois marinés; des brochettes d'anchois; des brochettes d'anchois marines; des brochettes de poulpes; des poulpes cuits congelés ; de la salade de poulpe ; des filets de sardines marines ; des filets de sardines ; des filets de sprat fumé, etc.

Aujourd'hui, cette société a pris pleinement conscience des risques du «mono client». S'intéressant actuellement à d'autres marchés de l'Europe, Amérique du nord, Maghreb, Machrek et d'Afrique subsaharienne, elle décide de recourir à un cabinet de consulting, réputé pour sa longue expérience en surveillances des marchés étrangers.

Vous venez d'être intégré(e) pour un stage de longue durée au sein de cette entreprise de conseil, et le responsable de projet en charge de ce dossier est débordé. **Il vous demande, en qualité de conseiller «junior», d'en prendre connaissance, de mettre en place une veille et d'en identifier les thèmes les plus pertinents.**

¹ Cas produit par Mostafa ABAKOUY (2020).

PGI (ERP)



Université Abdelmalek Essaâdi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE

SEMESTRE D'AUTOMNE

Session Normale - Janvier 2022

Épreuve : Progiciels de Gestion Intégrée
Enseignant : M. A. SALAHDDINE
Niveau : 5ème année – Semestre 9
Jour/Date : Jeudi 13/01/2022 à 09h
Durée : 2 h

Traiter les questions suivantes :

- 1/ Présenter les principales caractéristiques d'un ERP ;
- 2/ Analyser l'offre ERP sur le marché ;
- 3/ Quelles sont les principales tendances de la demande des ERP sur le marché ?

E-Marketing



ENCGT

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير
 +×|È# +.o.C:O+ | :@Y|Ж× Λ :@U:ΛΛ:
 École Nationale de Commerce et de Gestion

Epreuve	: Epreuve E-Marketing
Durée	: 1h
Niveau	: Semestre 09 (5 ^{ème} année) (CI+Mark)
Session d'automne	: Janvier 2022
Responsable	: A. ELKHARRAZ

- Tous documents interdits ;
- L'utilisation du correcteur (blonco) est interdite ;
- Utiliser un **stylo** et non pas un crayon pour noircir les cases.

Consignes:

1. Lisez chaque question avec attention et noircissez les cases de réponse sur un brouillon avant de passer à la grille de réponses.
2. Une bonne réponse vaut **1 point**, pas de réponse ou mauvaise réponse vaut **0 point** (aucun point négatif).
3. Il n'y a qu'une seule réponse possible par question.
4. Sur votre feuille de réponse, **noircissez** la case de réponse. Voir exemple ci-dessous :

	A	B	C	D
1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Sur votre feuille de réponse, **noircissez** les cases correspondantes à votre **numéro d'inscription**. Voir exemple ci-dessous :

Seisir votre numéro d'inscription

	9	6	1	4
0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

HTML est considéré comme _____ ?

- A) Langage de programmation ; ✗
- B) Langage POO;
- C) Langage de haut niveau;
- D) Langage de balisage.

Question 2 :

Que veut dire le mot HTML?

- A) Home Tool Markup Language;
- B) Hyperlinks and Text Markup Language;
- C) Hyper Text Markup Language; ✗
- D) Hyper Text machine Language.

Question 3 :

Quelle balise te permettra d'insérer correctement une image de fond dans ta page HTML?

- A) <BODY BACKGROUND="image.gif"> ✗
- B) ;
- C) <BACKGROUND IMG="image.gif">;
- D) .

Question 4 :

Dans quel ordre devez-vous placer correctement les balises dans une page HTML?

- A/ <HTML><TITLE></TITLE><BODY></BODY></HTML>;
- B/ <HTML><HEAD><TITLE></TITLE></HEAD> ✗
</BODY></HTML>;
- C/ <HTML><HEAD></TITLE><BODY></BODY></HTML>;
- D/ <HTML><HEAD><TITLE></TITLE></HEAD>
<BODY></BODY></HTML>.

Question 5 :

Un fichier HTML est:

- A) Un document texte; ✗
- B) Une présentation multimédia;
- C) Un logiciel;
- D/ Une base de données relationnelle;

Question 6 :

Quelle est la bonne façon d'écrire École Secondaire?

- A/ <I><U>École Secondaire</I></U>;
- B/ <I></U> École Secondaire<I><U>;
- C/ <I><U> École Secondaire</U></I>; ✗
- D/ <U><I> École Secondaire</U></I>.

Quelle est la différence entre SEO et SEA ?

- A/ Le SEO est plus facile à mettre en œuvre;
- B/ Il n'y a pas vraiment de différences entre les deux;
- C/ Le SEO est gratuit alors que le SEA est payant; ✗
- D/ En SEO, on obtient des résultats plus rapidement.

Question 8 :

Quel nom de domaine aura l'impact le plus positif sur votre référencement ?

- A) Un nom très proche de mon principal concurrent;
- B) Quelques mots clés bien choisis, séparés par des tirets bas « _ »; ✗
- C) Le nom de mon produit ou service phare; ✗
- D) Le nom de ma société, tout simplement.

Question 9 :

Lors d'une campagne «search» (affichage en résultats de recherche), vous ne payez que lorsque l'internaute

- ...
A) Remplit un formulaire sur votre site;
- B) Clique sur votre annonce;
- C) Voit l'annonce sur la page des résultats; ✗
- D) Effectue un achat sur votre site.

Question 10 :

La publication la plus percutante sur Facebook devra contenir :

- A) Un texte court, un lien et une vidéo qui pose une question à ses abonnés; ✗
- B) Un texte d'environ 200 mots, un lien et une belle photo;
- C) Un texte court, et une vidéo humoristique;
- D) Un texte d'environ 200 mots, et un lien traçant sur Google Analytics.

Question 11 :

Google Analytics ne me permet pas ...

- A) D'être averti par email à chaque visite sur ma page d'accueil;
- B) De connaître les centres d'intérêt des internautes;
- C) De connaître leurs origines géographiques;
- D) De connaître leurs adresses IP. ✗

Question 12 :

Où se trouve la définition des objectifs dans Google Analytics?

- A) Rapports > Audience > Comportement > Intérêt et interaction;
- B) Administration > Vue > Objectifs;**
- C) Rapports > Comportement > Contenu du site > Pages de destination;
- D) Rapports > Conversions > Objectifs;

Question 13 :

Lors de l'analyse de performance d'un site internet d'une marque, vous devez préalablement décider de

- A) Quoi mesurer, comment le mesurer, et comment interpréter les données;**
- B) Comment mes concurrents analysent leurs données;
- C) Si le programme Google Analytics est correctement installé;
- D) Si les cookies présents sur mon site internet fonctionnent.

Question 14 :

Que signifie SEO ?

- A) Search engine optimization;**
- B) Search engine organization;
- C) Search engine oranges;
- D) Search engine organics;

Question 15 :

Que font les moteurs de recherche ?

- A) Ils vérifient l'orthographe et la grammaire du contenu d'un site internet;
- B) Ils scannent ("crawl") les pages d'un site internet et les ajoutent à l'index du moteur de recherche ;**
- C) Duplique le contenu de votre site et le poste sur un autre site internet ;
- D) Toutes les réponses ci-dessus sont justes;

Question 16 :

Que signifie PPC ? ;

- A) Pay per cucumber;
- B) Pay per customer;
- C) Pay per client;
- D) Pay per click;**

Question 17 :

Sur une page de résultats de recherche Google, où vous attendez-vous à voir des annonces sponsorisées ?

- A) Mélangées avec des résultats de recherche organiques ;
- B) Au minimum, en haut et en bas des pages de résultats de recherche ;**
- C) A gauche de la page de recherche ;
- D) Dans une fenêtre pop-up.

Question 18 :

Que signifie "HTTPS" ?

- A/ HyperText Transfert Process Security;
- B/ HyperText Transfert Protocol Secure;**
- C/ HyperText Transfert Protocol Search;
- D/ Aucune des réponses ci-dessus;

Question 19 :

Contrairement au B to B, l'E-commerce en B to C :

- A/ Engendre des coûts supplémentaires;
- B/ Est plus facile à mettre en oeuvre;**
- C/ Implique de nouveaux intervenants;
- D/ Est limité aux produits de grande consommation;

Question 20 :

Quelle information n'est pas demandée lors d'un e-paiement?

- A/ Le cryptogramme ;**
- B/ Le numéro de la carte bancaire ;
- C/ Le type de la carte bancaire (Visa, Mastercard, ...);
- D/ La date de validité de la carte bancaire.

Question 21 :

Que signifie le concept d'accessibilité d'un site web ?

- A/ Lisible par les mobiles;
- B/ Traduit en plusieurs langues;
- C/ Consultable par tout type d'internaute;
- D/ Adapté à toutes les plateformes.**

Question 22 :

Un site vitrine peut être défini comme :

- A/ Une partie d'un site institutionnel permettant d'effectuer des transactions, du commerce en ligne ;
- B/ Il s'agit d'une famille de sites web qui partagent avec les sites vitrines l'objectif de présenter et de mettre en relation mais cette fois sans objectif commercial ;
- C/ Site dont l'activité est le commerce en ligne. Le site est généralement doté d'un système de paiement sécurisé, et propose un catalogue dont les éléments sont présents dans les moteurs de recherche ;
- D/ Un site dont l'objectif se limite généralement à la présentation d'une entreprise, de ses produits et/ou de ses services. ✓

Question 23 :

Les infos trafic, les horaires des bus, la localisation des espaces verts et des bureaux de poste sur un territoire représentent :

- A/ Un Big Data;
- B/ Un Open Data; ✓
- C/ Les deux à la fois;
- D/ Aucune de ces propositions ne convient.

Question 24 :

Un extranet a les caractéristiques suivantes, sauf une :

- A/ Technologie web;
- B/ Partagé par l'entreprise et ses partenaires;
- C/ Accès public;
- D/ Gain de productivité;

Question 25 :

C'est quoi l'affiliation ?

- A/ Être affilié à un club de vente en ligne;
- B/ Une forme de publicité en ligne; ✓
- C/ Un principe de vérification de la rentabilité de la publicité;
- D/ Aucune des réponses ci-dessus; ✓

Question 26 :

Quel est le slogan de Google ?

- A/ We love your data;
- B/ Do the right thing;
- C/ Don't be evil;
- D/ Devil inside;

Question 27 :

Qu'est-ce qu'un CMS ?

- A/ Un langage de développement de site Internet;
- B/ Une maladie professionnelle due à des gestes trop répétitifs sur ordinateur;
- C/ Un système de gestion de contenu de sites internet; ✓
- D/ Aucune des réponses ci-dessus;

Question 28 :

Quelle est la discipline qui consiste à étudier les comportements des utilisateurs sur un site web ?

- A/ L'E-Réputation; ✓
- B/ Le WebAnalytics;
- C/ La veille marketing;
- D/ Le SEO;

Question 29 :

Un site se redimensionne automatiquement sur tous les formats smartphone et tablette. On dit qu'il s'agit :

- A/ d'un site qui suit les principes de l'UX Design;
- B/ d'un site Responsive Design; ✓
- C/ d'une application mobile; ✓
- D/ d'un site mobile; ✓

Question 30 :

Quels outils permettent d'acheter des mots clés afin de remonter dans les résultats de recherche ?:

- A/ Google Analytics;
- B/ Google Adwords; ✓
- C/ Google Apps;
- D/ Bing Ads;

Question 31 :

Qu'est-ce qui est le plus important pour le référencement naturel ?

- A/ Le nombre de partages des pages du site;
- B/ Le nombre de liens entrants et sortants du site;
- C/ Le contenu du site;
- D/ Les adresse des pages du site;

Audit Marketing



EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
Session Normale – Janvier 2022

Épreuve : Audit Marketing
Niveau : 5ème année MAC – Semestre 9
Durée : 2h

Test de connaissance (6pts)

1. Difficultés de la mise en œuvre du contrôle marketing.
2. Rappelez les outils que vous allez utiliser pour construire un tableau de bord commercial sur Excel.
3. Intérêt de l'analyse des écarts pour l'entreprise.

Exercice 1 (4 pts)

Une entreprise commercialise deux catégories de produits: les jus et les boissons gazeuses. La direction commerciale de l'entreprise a constaté que le volume de son chiffre d'affaires a chuté d'une manière continue sur les deux derniers semestres. Pour contrôler son activité commerciale, le responsable contrôleur de l'entreprise a fait recours à deux procédés:

Pour les boissons gazeuses, l'outil retenu par la direction est l'analyse des ventes totales. Dans la période étudiée, le budget des ventes élaboré est de 8 000 unités au prix de 10 l'unité. A la fin de la même période, les réalisations affichées sont de 48 000 comme chiffre d'affaires au prix moyen unitaire de 8.

Pour la catégorie des jus, un audit gestion du portefeuille produits a été préféré à l'analyse des ventes, ce qui a donné lieu aux constats suivants:

Les anciens produits constituent une part importante de l'ensemble de la gamme vendue par l'entreprise (ils représentent 80% des produits commercialisés).

Les ventes sont en déclin continu et ne sont distribués que pour une clientèle fidèle âgée.

Les produits sont distribués par le canal court: la force de vente visite directement les détaillants malgré que l'implantation auprès des centrales d'achat soit satisfaisante. L'emballage et les couleurs vieillot impacte la demande.

Le budget commercial de l'entreprise représente 10% du CA contre 18% pour la concurrence. La quasi-totalité du budget est affectée à la force de vente, le reste étant réparti entre la publicité et les promotions.

L'organisation marketing comporte un directeur commercial ayant sous ses ordres un chef des ventes et un responsable de la publicité. La direction accorde la priorité aux ventes et s'intéresse peu aux autres activités.

1. En se référant à deux outils, analysez la situation de l'entreprise.
2. En tant que responsable Marketing de l'entreprise, proposez des solutions et recommandations pour la direction.

Exercice 2 (4pts)

Soit la série des ventes suivante :

Trimestre	1	2	3	4	5	6	7
Ventes	240	310	250	404	360	470	480

1. Déterminez la tendance en utilisant la méthode des points extrêmes.
2. Déterminez la prévision pour les trimestres suivants : 8, 9 et 10.

Exercice 3 (6 pts)

Une entreprise commercialise 4 produits, le tableau synthétise des données relatives au CA.

	Pr	Pb	Qr	Qb
A	14	15	250	200
B	10	10	500	420
C	27	25	80	70
D	30	40	20	50

- 1) Calculez l'écart sur CA.
- 2) Calculez l'écart monétaire et volumique.
- 3) Décomposez l'écart sur volume.

AUCUN DOCUMENT N'EST AUTORISÉ

Négociation Commercial



Examen de fin de semestre Session normale 2021-2022

Épreuve : Négociations commerciales
Responsable : Pr Nora BENAHMED
Durée : 02 heures
Jour/Date : 10/01/2022

Vous êtes chef du département mobilier sanitaire pour la société **FPP Distribution**, société Madrilène spécialisée dans la **distribution** de **mobilier** et **accessoires** pour l'habitat. Vous distribuez les produits de la société française **SABILIER**, fabricant de mobilier sanitaire et de cuisine, depuis un an, mais vous n'êtes pas particulièrement **satisfait**. Vous pensiez que le contrat aurait beaucoup de succès auprès des Espagnols,

Durant vos entretiens avec le responsable Export de Sabilier, il y a un an, vous aviez avancé officieusement un volume d'affaires de **1,5 millions** de francs pour la première année. Vous avez seulement effectué un volume de **800 000 Dhs**. Votre clientèle potentielle est constituée de magasins de décoration d'intérieur et de détaillants d'équipement sanitaire. D'après l'analyse faite par la direction de votre entreprise, les raisons qui ont amené ces mauvais résultats sont multiples.

Raisons des mauvais résultats

- Le prix (pas de remise possible même aux meilleurs clients, 10% de la clientèle)
- Les délais de livraison.
- La récession.
- La concurrence.
- Les modalités de paiement.
- La commission peu motivante.
- La durée du contrat jugée trop courte pour pouvoir s'impliquer.

De plus la société Sabilier n'a pas toujours bien fait son travail.

- Peu de matériel de démonstration (2% du CA fourni gratuitement).
- Des erreurs de livraison et du matériel défectueux (5%).
- Quasiment pas de matériel promotionnel.
- Des commissions en retard.
- Des conditionnements de mauvaise qualité (carton doublé épaisseur et paille synthétique = 5% de casse).

Les produits, eux, sont de très bonne qualité et le marché pourrait être bien meilleur. **Le Portugal** semble aussi représenter un marché potentiel car, malgré le faible pouvoir d'achat, il reste un bon pourcentage de personnes aisées susceptibles d'être intéressées par les produits Sabilier. Vous connaissez d'ailleurs très bien ce marché, car FPP est distributeur de mobilier de bureaux pour le

Après la réunion



ENCGT

المركز الوطني للتجارة والتصدير
FACH FACHSOT | ZOUHRA A | ZOUHRA
2488 Professeur en Commerce et de Gestion

DH

Portugal et l'Espagne. Vos vendeurs se sont surtout concentrés sur les produits de bureaux cette année, en particulier pendant les trois derniers mois. Si la collaboration continue, vous aimeriez pouvoir, non seulement approcher une clientèle de détaillants, mais aussi démarcher les promoteurs immobiliers, ce qui nécessiterait une révision complète du contrat.

Les termes du contrat passé avec la société Sabilier.

- Contrat d'un an renouvelable (pouvant être annulé avec trois mois de préavis).
- Les produits : gamme de mobilier de salle de bains (lampes, miroirs, porte-serviette, armoires à pharmacie...)
- Territoire : Espagne.
- Commission de 5% sur les ventes, payable tous les trois mois par virement bancaire.
- Obligation pour le distributeur de fournir des rapports de visites une fois par mois (fax) avec son nom de l'entreprise contactée et potentiel.
- Règlement client par crédit documentaire à trente jours (même pour les gros clients, environ 10%)
- Défraiement de 50 % sur présentation de justificatifs (avec un plafond de 4000 Dhs par mois, toujours atteint).
- Délais de livraison jusqu'à deux mois (pas de stock sur place) et Sabilier travaille en flux tendu.
- Matériel de démonstration fourni gratuitement pour une valeur de 2% du CA.

Autres renseignements

- Chiffres d'affaires FPP : 3 200 000Dhs
- Bénéfices nets : 320 000 dhs
- Taux d'intérêt bancaire : 12 %
- Loyer entrepôt en Espagne : 3000 Dhs par mois, mais FPP a déjà des entrepôts. La quote part allouée aux produits Sabilier reviendrait à 1000 Dhs/ mois.
- Potentiel estimé du marché héritage : 1,5 M Dhs.
- Part de marché du Portugal : 8% du marché ibérique.
- Voyage (Billet+hôtel+frais) pour une semaine : 10 000 Dhs.
- Coût amélioration conditionnement : +10% sur prix du produit.
- Amélioration délais de livraison : (au mieux 1 mois) = 1% du prix de la marchandise.
- Une remise de 10 % pour certaines commandes devrait générer environ 10% d'augmentation du CA.

↑ 320000 DH

Travail à faire :

Veillez renégocier votre contrat en étant **le représentant de Sabilier.**

1/- Effectuez la phase « Préparation » en tenant compte de tous les éléments fournis et en suivant les étapes suivantes :

- Définition des PN et PNA ;
- Calculer les coûts et les valeurs ;
- Identifier les limites inférieures et supérieures.



ENCGT

المعهد العالي للتجارة والعلوم التطبيقية
HIGHER INSTITUTE OF APPLIED SCIENCES
Ecole Supérieure de Commerce et de Gestion

Page 3 sur 3

- 2/ - En vous inspirant du livre « **Influence et manipulation** » de Robert CIALDINI, mettez en avant deux scénarios où vous allez utiliser différemment deux armes d'influence différente.
- 3/ - comment vous pourriez mobiliser la proxémie, les scénarios de vie, la PNL pour instaurer un climat de confiance ?

Bon courage.

Géopolitique

we answered in the same paper, QCM + some direct questions

QCM principalement des chiffres, comme les soldats morts dans les batailles et toutes sortes de catastrophes (la grippe espagnole par exemple).

- Parties de toutes sortes de réunions et d'accords (conférence d'Algésiras, accord de Sykes-Picot, etc.).

- Tout ce qui concerne les écoles de géopolitique (la britannique plus spécifiquement, les dates, la puissance, ...).

Questions directes :

- Les principaux événements géopolitiques de l'année 1979

- Les 3 principaux conflits de la guerre froide (1945-1991)

- 3 titres de livres qui ont orienté la géopolitique des USA

- Les puissances

- Ironiquement, Une question sur le nombre d'absences.

Ce n'est pas tout, mais ce dont je me souviens, j'espère que vous trouverez cela pertinent.

GOOD LUCK