



ENCGT

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير
الطريق رقم 101 : 041:888 : 041:888
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE SEMESTRE D'AUTOMNE Session Normale 2021-2022

Épreuve : Marketing Opérationnel
Enseignant : BENBBA Brahim
Niveau : DENCN – 3^{ème} année – Semestre 5
Jour/Date : Mercredi 19/01/2022 à 12H
Durée : 1H30

1- Traitez l'étude de cas : Lancement d'un nouveau shampoing naturel (12 points)

Sur un marché où l'innovation technologique et la communication sont les deux leviers majeurs de la croissance des marques, l'entreprise AGAFAY a choisi de profiter de son image de naturalité et du courant de développement durable pour lancer une gamme de shampoings naturels. Le marché marocain est quasiment arrivé à saturation, la progression en volume est donc peu attrayante mais la progression en valeur profite aux produits à plus forte valeur ajoutée.

L'entreprise envisage de lancer un nouveau shampoing naturel. Cette nouvelle gamme est conçue pour correspondre aux nouveaux segments : des produits plus cosmétiques, adaptés à chaque type de cheveux (antipelliculaire, sec/abîmé, gras, durable...) qui connaissent des taux de progression à deux chiffres et représentent au total plus de 60 % du marché en valeur. Le segment « Naturalité & Douceur » est un segment stable, qui est le fief des grandes marques. Il représente un fort potentiel de croissance et est réactif à l'innovation. L'objectif de la marque est de se hisser rapidement à la première place.

Ci-après les données sur le mix-marketing du lancement de shampoing naturel de l'entreprise AGAFAY :

Éléments du mix	Composantes de chaque élément	Objectifs
Produit	<ul style="list-style-type: none"> - Gamme courte avec quatre références permettant de couvrir 80 % des besoins en shampoings. - Packaging en lien avec le positionnement « naturel » et moderne. - Marque. - Parfums naturels sur la vague de la sensorialité : agrumes, fruits. - Formulation plus douce, avec environ 30-40 composants 	<ul style="list-style-type: none"> - Lancer une gamme complète en 3 ans. - Croissance au-dessus de la croissance du marché : + 3 %/an. - Se hisser à la première place sur ce segment.
Prix	<ul style="list-style-type: none"> - Être au prix pratiqué par les marques de produits à forte valeur en lancement. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pulser les ventes aux moments clés de l'année.
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> - Campagne merchandising : 20 % des points de vente qui réalisent 80 % des ventes. - Campagne d'échantillonnage sans précédent. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acquérir rapidement une forte part de marché et une notoriété.
Communication	<ul style="list-style-type: none"> - L'innovation et la promesse cosmétique sont les deux facteurs déterminants dans le succès de la marque et donneront lieu à une signature de marque. - Insertion publicitaire + échantillon en presse GP. - Campagne TV sur douze mois 	<ul style="list-style-type: none"> - Convaincre la cible acheteuse de produits « sains et naturels ». - Provoquer le premier achat pour favoriser l'adoption du produit.

Questions

i- Quelles sont, selon vous, les principales forces et faiblesses d'AGAFAY ? Comment se différencie-t-il des autres concurrents sur les nouveaux segments ?

ii. Quelles sont les principales recommandations que vous formulerez à l'intention du responsable de l'entreprise pour alimenter son succès ?

2- Certains responsables marketing jugent que l'image des circuits de distribution dans lesquels sont commercialisés leurs produits importe peu. Ce qui compte, c'est qu'ils soient fréquentés par les clients visés et que le produit soit mis en avant en rayon. D'autres soulignent, à l'inverse, que l'image du point de vente est essentielle et doit être cohérente avec celle du produit. (8 points)

i- Qu'est-ce qu'un circuit de distribution ? Schématisez les niveaux du circuit de distribution des produits de grande consommation ?

ii- L'image des points de vente affecte-t-elle en profondeur celle des produits et des marques ? Prenez des exemples pour étayer votre propos.