

**Berufsprüfung für Technische
Kaufleute mit eidg. Fachausweis**

**Examen professionnel pour les
agents technico-commerciaux
avec brevet fédéral**

Candidat-No. _____

Nom: _____

Prénom: _____

Examen 2018

Matière d'examen

Marketing

Temps alloué: 120 minutes

Cette matière d'examen est basée sur l'étude de cas générale (marge grise) et elle comprend les pages 1-21.
Veuillez contrôler si vous avez reçu la documentation complète



Schweizerischer Verband technischer Kaderleute
Société suisse des cadres techniques
Società svizzera dei quadri tecnici

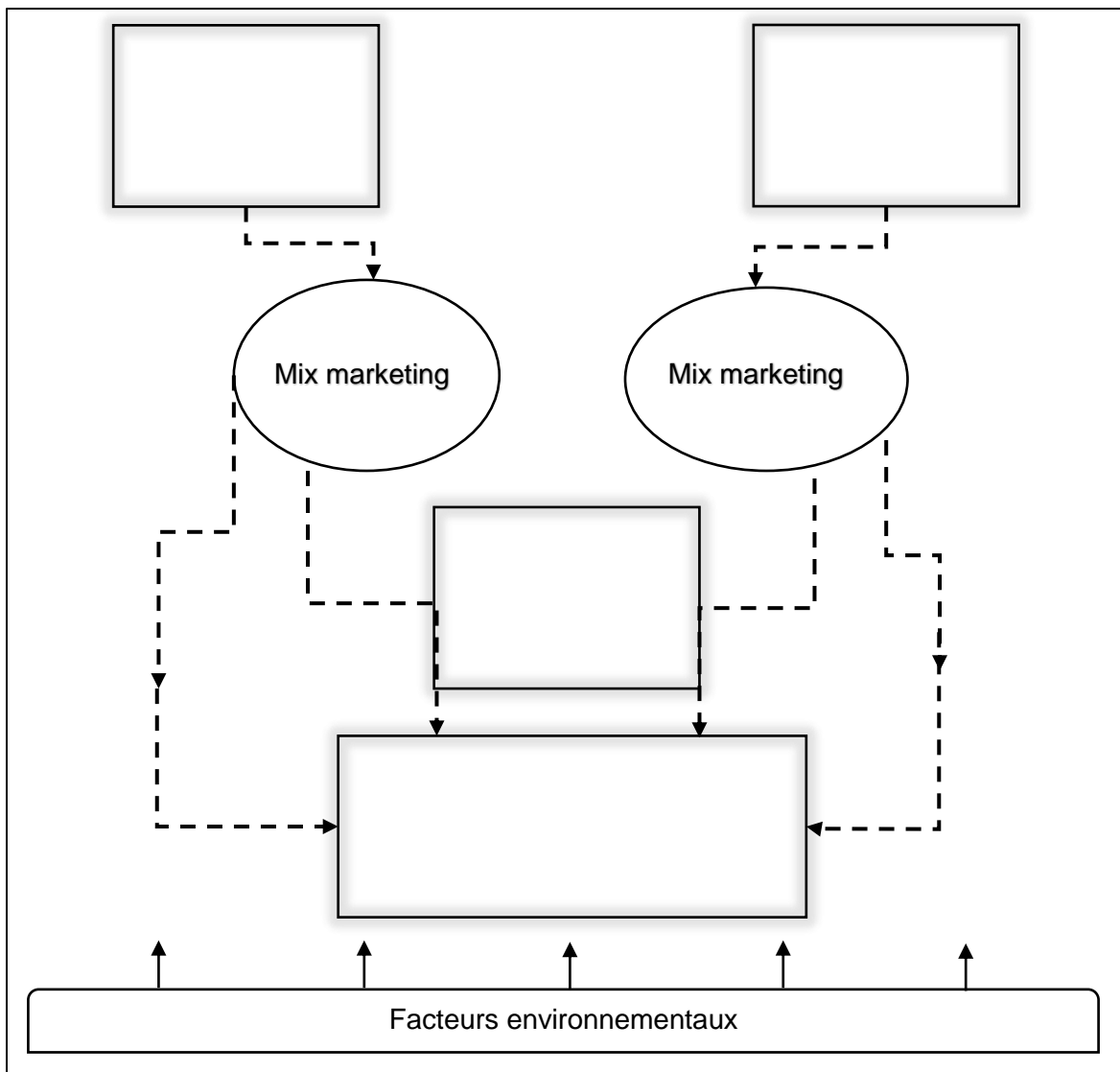
1. Système de marché

(13 points)

1.1 Acteurs du marché et relations

(8 points)

Faites-vous d'abord une idée du système de marché. En d'autres termes, vous voulez savoir qui sont les acteurs du marché et connaître leurs relations. Le tableau simplifié ci-dessous devrait vous aider à représenter la situation actuelle du **marché des balances avec une distribution directe** (c'est-à-dire sans intermédiaire). Les "facteurs environnementaux" sont déjà donnés en tant que terme. Complétez de manière correcte et complète les **4** champs restants avec des données tirées du cas, respectivement, émettez des hypothèses en relation avec le cas.



1.2 Facteurs environnementaux

(5 points)

Comme vous pouvez le voir dans le tableau ci-dessus, les facteurs environnementaux influencent le marché. Nommez **5** facteurs environnementaux du point de vue marketing et formulez pour chacun d'entre eux une chance ou un risque en relation avec le cas.

Désignation facteurs environnementaux	Chance ou risque en relation avec le cas
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

2. Définition de marché

(10 points)

2.1 Marché partiel et segment de marché

(4 points)

Vous avez reçu le mandat de la direction d'établir un concept marketing. Dans ce contexte, expliquez en détail, en **1** ou **2** phrases, les deux notions de « marché partiel » et de « segment de marché ». Pour chaque notion, donnez 2 exemples tirés du cas.

Notion „marché partiel“	Notion „segment de marché“
Explication détaillée:	Explication détaillée:
Exemple 1:	Exemple 1:
Exemple 2:	Exemple 2:

2.2 But et finalité de la segmentation de marché

(2 points)

Votre chef vient dans votre bureau et aperçoit votre liste des segments de marché. „A quoi bon faites-vous cela ?“ demande-t-il. Expliquez-lui en détail les buts et finalités d'une segmentation de marché.

But: _____

Finalité: _____

2.3 Conformément à la stratégie de croissance, que PREWA SA doit poursuivre à l'avenir, vous souhaitez analyser l'attractivité future des segments de marché possibles.
Nommez 4 critères significatifs que vous pouvez utiliser pour déterminer l'attractivité d'un segment de marché.

(4 points)

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

3. Chiffres du marché

(11 points)

Vous devez maintenant avoir un aperçu des ventes et du développement du marché. Veuillez vous référer à l'étude de cas pour les données relatives au chiffre d'affaires et parts de marché.

3.1 Explication de la taille du marché et chiffres du marché

(4 points)

Dans le cadre de l'analyse de marché, différentes tailles et chiffres de marché (ratios) sont calculés. Expliquez en détail les notions figurant dans la table ci-dessous.

Notion	Explication détaillée
Part de marché	
Volume de marché	
Potentiel de marché	
Capacité de marché	

3.2 Saturation du marché

(3 points)

Lors de la rétrospective de l'année, Walter Habermatter rapporte que le marché en Europe est presque saturé et que PREWA SA doit donc faire face à de nouveaux défis. Que cela signifie-t-il, quand le marché est saturé ? Expliquez-le de manière succincte et précise.

Que signifie le fait que le marché dans lequel PREWA SA se trouve soit presque saturé ? Décrivez en détail **2** défis.

Défi 1: _____

Défi 2: _____

3.3 Formule pour le calcul des parts de marché

(1 point)

Un collègue vous demande comment on peut calculer les parts de marché. Ecrivez la formule pour le calcul des parts de marché.

3.4 Calcul du volume du marché en Europe

(3 points)

Selon les dernières informations du marché, la part de marché de PREWA SA en Europe se chiffrait encore à 22% en 2017. Calculez le **volume du marché en Europe pour 2017** et démontrez clairement le développement de votre calcul. Prenez pour cela les chiffres nécessaires (produit net) dans les données du cas.

4. Fixation des objectifs marketing

(8 points)

Lors de la dernière séance, Walter Habermatter a mentionné que les propriétaires de PREWA SA ne sont pas satisfaits de l'évolution actuelle du chiffre d'affaires et des profits. De nouveaux objectifs doivent ainsi être définis dans les domaines opérationnels et stratégiques.

4.1 Raisons de la formulation d'objectifs

(1 point)

Expliquez en détail pourquoi des objectifs doivent toujours être formulés.

4.2 Définition des notions

(4 points)

Expliquez en détail les notions mentionnées ci-dessus par Walter Habermatter

Notion	Explication détaillée
Objectifs opérationnels	
Objectifs stratégiques	

4.3 Formulation des objectifs

(3 points)

Définissez maintenant **un** objectif marketing stratégique quantitatif pour PREWA SA. Formulez l'objectif en détail, de manière complète et en relation avec le cas.

5. Etudes de marché

(10 points)

Le site web de PREWA SA ne contient que des informations superficielles sur l'historique de la société, le portefeuille de produits et les coordonnées. Comme vous le savez, « Deutsche Waagen-Manufaktur » vient de mettre en ligne un tout nouveau site web. Compte tenu du fait que vous connaissez l'importance d'une présence attractive sur Internet, vous proposez à votre chef de remanier le site web. Etant donné que vous ne savez pas quelles sont les informations que les clients de PREWA SA ont besoin, respectivement pourquoi ils visitent le site web d'un fournisseur, vous voulez effectuer une étude de marché primaire à cette fin.

5.1 Ebauche d'étude de marché primaire

(2 points)

Que faites-vous logiquement AVANT de considérer un projet d'étude de marché primaire ? Justifiez votre réponse.

Réponse:

Justification:

5.2 Méthodes de recherche de marché de l'étude primaire

(3 points)

A l'aide d'une petite étude de marché primaire (env. 30 personnes), vous voulez connaître les raisons, les motifs et les intentions relatifs à l'utilisation des sites web des fournisseurs par vos clients. Cependant, la représentativité n'est pas importante pour vous.

Choisissez-vous une méthode quantitative ou plutôt qualitative? Cochez la méthode correcte.

- Etude de marché quantitative
- Etude de marché qualitative

Choisissez maintenant **une** méthode d'étude de marché concrète des études primaires et justifiez en détail votre réponse.

Méthode d'étude de marché des études primaires:	Justification détaillée:

5.3 Questionnaire concret

(5 points)

Formulez **5** questions concrètes, différentes et en relation avec le cas, que vous voulez poser aux personnes interrogées dans le cadre de cette étude de marché (objet : raisons et motifs de l'utilisation des sites web des fournisseurs).

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. Politique des produits, marques et noms

(10 points)

6.1 La direction envisage de vendre également les produits de la filiale vietnamienne en Europe. Ceux-ci seraient alors offerts à des prix beaucoup plus attractifs, éventuellement également sur internet. De plus, vous recevez le mandat de faire des réflexions quant à la politique de marque. Tout d'abord, se pose la question de savoir ce qu'est une marque d'entreprise et une marque produit / individuelle.

Expliquez d'abord les **2** genres de marques différentes et nommez à chaque fois **2** exemples (pas nécessairement en relation avec le cas). Donnez de plus **2** avantages par genre de marque.

(8 points)

Marque d'entreprise

Explication: _____

2 exemples: _____

Avantage 1: _____

Avantage 2: _____

Marque produit, marque individuelle

Explication: _____

2 exemples: _____

Avantage 1: _____

Avantage 2: _____

6.2 La direction souhaite offrir les balances du Vietnam en tant que produits/marques dit No Name. A cette fin, une boutique en ligne (webshop) a été ouverte pour la ligne low-cost. Celui-ci fonctionne sous le nom EasyBalance. Ainsi, les balances ne doivent pas être vendues sous le nom de PREWA SA.

Donnez **2** arguments qui parlent en faveur d'un canal de distribution séparé pour les produits low cost de PREWA SA.

(2 points)

1. _____

2. _____

7. Communication

(24 points)

7.1 Avantages et désavantages d'une participation à un salon (2 points)

La direction réfléchit à **une** participation au salon Asiafair à Singapour. Expliquez tout d'abord un avantage général ainsi qu'un désavantage relatifs à la participation à un salon (aucune relation avec le cas nécessaire).

Avantages	Désavantages

7.2 Recommandation pour la participation à un salon (2 points)

Pour votre recommandation, référez-vous à la table avec la répartition du chiffre d'affaires par région de l'étude de cas centrale. Sur cette base, prenez votre décision de participer ou non au salon Asiafair de Singapour. Justifiez en détail votre recommandation.

Décision:

Justification:

7.3 Objectifs du salon (3 points)

Indépendamment des réponses aux questions 7.1 et 7.2, PREWA SA a décidé de participer au salon Eurofair. Quels objectifs PREWA SA pourraient suivre avec la participation à ce salon ? Nommez **3** objectifs possibles (uniquement des ordres de grandeur, pas de formulation d'objectifs).

1. _____

2. _____

3. _____

7.4 Coûts du salon

(3 points)

Jusqu'à présent, PREWA SA a eu à disposition un stand d'environ 50m² ainsi qu'un budget de CHF 70'000.-. Comme indiqué dans les données du cas, la direction souhaiterait maintenant disposer d'un stand plus grand et vous octroyer un budget également plus important. Votre supérieur vous demande quels coûts peuvent incomber à PREWA SA, en plus des frais de location du stand et de personnel.

Définissez **3** postes de dépenses importants (à l'exclusion des frais de location du stand et de personnel) qui sont déterminants pour le budget et justifiez en détail votre choix.

	Postes de dépense	Justification détaillée
1		
2		
3		

7.5 Communication de notre présence au salon

(4 points)

PREWA SA souhaite faire connaître sa présence au salon Eurofair dans le marché et auprès de la clientèle. Complétez la table ci-dessous avec 4 mesures de communication différentes, appropriées et en relation avec le cas. Justifiez en détail votre choix.

	Mesures	Justification détaillée
1		
2		
3		
4		

7.6 Site web

(6 points)

Dans le cadre de la participation au salon, vous souhaitez également renouveler le site web de PREWA SA. Vous connaissez la situation selon les données du cas. La direction trouve trop onéreux le fait de mettre sur pied un nouveau site web, étant donné que le site actuel n'a engendré que quelques clics (visiteurs). C'est pourquoi, la direction demande instamment de faire connaître notre présence au salon via les canaux des réseaux sociaux. Vous voulez maintenant convaincre la direction qu'une mise à jour du site web a également du sens.

Donnez **4** raisons pour lesquelles il est judicieux de mettre à jour le site web et expliquez en détail vos arguments.

	Raison pour un site web actualisé	Justification
1		
2		
3		
4		

7.7 Possibilités de développement du site web

(2 points)

Afin de convaincre la direction, vous devez démontrer les possibilités de développement d'un site web moderne et interactif. Auparavant, il n'y avait que la transmission statique d'informations. De nos jours, il existe les possibilités d'offrir / d'installer des éléments interactifs. Démontrez ce que vous pouvez offrir en plus, sur le site, pour vos clients.

Nommez **2** possibilités (tools) interactives et expliquez en détail l'utilité pour PREWA SA.

	Possibilités interactives	Utilité pour PREWA SA
1		
2		

7.8 Canaux de médias sociaux

Nommez **deux** plates-formes de médias sociaux adaptés afin de faire connaître la présence de PREWA SA au salon Eurofair. Justifiez en détail vos choix.

(2 points)

	Plate-forme de médias sociaux	Justification détaillée
1		
2		

8. Promotion des ventes

(14 points)

8.1 Concept de promotion des ventes

(2 points)

Les propriétaires de PREWA SA ne sont pas satisfaits du développement du chiffre d'affaires. Afin d'augmenter celui-ci, vous soumettez à votre chef un concept de promotion des ventes. Quels sont les éléments qui font partie d'un concept complet de promotion des ventes ?

Nommez **4** points essentiels.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

8.2 Mesures de promotion des ventes

(12 points)

Votre chef vous prie de bien vouloir élaborer des mesures concrètes de promotion des ventes. En plus de sa propre force de vente, PREWA SA prévoit de vendre dès 2019 ses produits également par l'intermédiaire de revendeurs spécialisés. Votre supérieur aimerait donc voir des propositions à différents niveaux.

Aux pages suivantes, vous trouverez **3** groupes-cibles pour la promotion des ventes.

Nommez pour chacun de ces groupes-cibles **2** exemples différents pour des mesures de promotion des ventes qui conviennent au cas de PREWA SA (produits nécessitant des explications / clients commerciaux). Expliquez en détail ces mesures, en relation avec le cas.

Exemple 1:

Explication détaillée:

Exemple 2:

Explication détaillée:

Mesures de promotion des ventes à l'intention **des collaborateurs de vente** de PREWA SA

Exemple 1:

Explication détaillée:

Exemple 2:

Explication détaillée:

Mesures de promotion des ventes à l'intention des **canaux de distribution** de PREWA SA

Exemple 1:

Explication détaillée:

Exemple 2:

Explication détaillée:
