

Questions de cours Marketing CF

1- Citez quatre différences essentielles existant entre une SA et une SARL

Réponse: Une SA (Société Anonyme) doit posséder un capital de départ de 38000€, ainsi qu'un minimum de 7 personnes, La société est divisée en actions et peut donc être cotée à la bourse de Paris.

En revanche une SARL (Société A Risque Limité) ne doit pas posséder de capital de départ et le nombre de personnes minimum est de 2. Elle est divisée en parts et ne peut donc pas être cotée en bourse.

2- Comment est en train d'évoluer la notion de produit d'un point de vue marketing

Réponse: D'un point de vue marketing, un produit comporte trois niveaux : le cœur du produit (sa forme, son utilité), la partie périphérique (le prix, le packaging, le point de vente) et la troisième partie qui correspond à ce qui est autour du produit (garantie, SAV...). Toujours d'un point de vue marketing, un produit se positionne dans une gamme, par rapport à d'autres produits de même type, selon la partie périphérique.

3- Quels sont les temps et domaines d'études à prendre en compte dans une réflexion stratégique au niveau de l'entreprise?

Réponse: Dans une réflexion stratégique, trois domaines doivent être pris en compte : l'environnement (tous ce qui est extérieur à l'entreprise, la concurrence ou l'évolution de marché par exemple.), l'entreprise (ses ressources, ses métiers...) et la direction générale. Il y a 3 temps, tout d'abord l'étude de marché, qui doit prendre en compte les besoins des dirigeants, les capacités de l'entreprise et l'état du marché (c'est ce qu'équivaut au diagnostic chez le médecin). Ensuite il y a la mise en place du plan stratégique (ce qui équivaut au traitement pour le médecin) et enfin il y a le suivi de l'action stratégique (ce qui équivaut au suivi médical pour le médecin).

4- Evoquez, au travers de deux exemples, les conflits de logique pouvant survenir entre un service de production et un service marketing

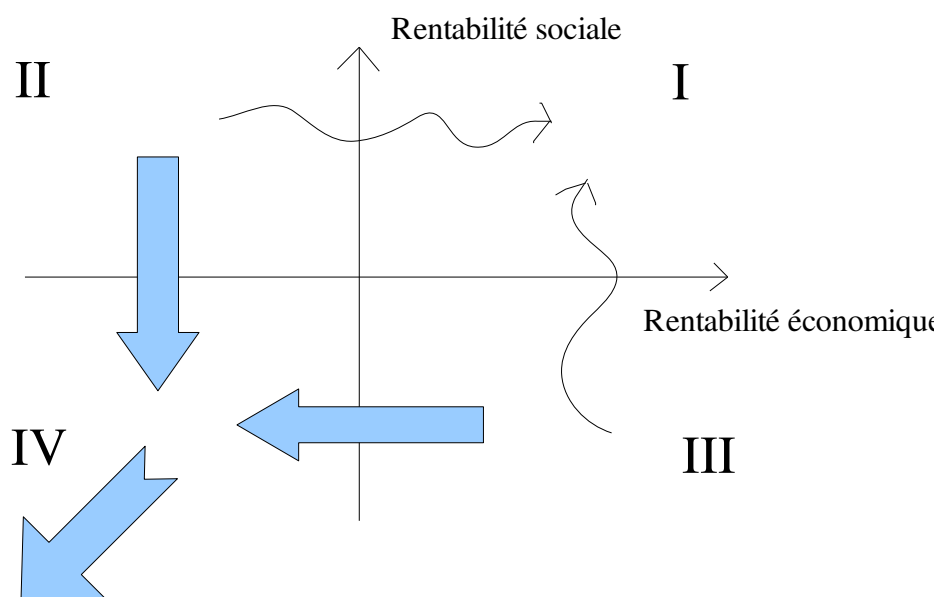
Réponse: Le but du service marketing est de réussir à vendre le produit, alors que celui du service de production est de fabriquer un produit le plus fiable possible, et aussi le moins difficile à réaliser. Une des sources du conflit peut se situer sur le produit lui-même, où le service marketing peut trouver le produit trop complexe à utiliser (manuel trop long, trop de boutons...) et donc trop dur à vendre, alors que pour le service de production, le simplifier deviendrait trop complexe (changement des chaînes, apport d'aide électronique...)

Une autre source de conflit peut être le prix, le service marketing voudra (généralement, si ce n'est pas un produit de luxe) une baisse du prix pour faciliter les ventes. En revanche le service de production demandera une augmentation pour obtenir plus de moyens pour sa production.

5- Rentabilité sociale et rentabilité économique sont-elles contradictoires?

Réponse: Si auparavant les dirigeants pensaient qu'augmenter la rentabilité sociale, faisait baisser la rentabilité économique (et inversement), cela n'est plus vrai.

Il faut en fait considérer le schéma suivant :



L'idéal est donc de se situer dans le quadrant I. Même si il est difficile de passer du quadrant II au I, il ne faut pas diminuer la rentabilité sociale quand on se situe dans le quadrant II, car même si à court terme on risque de « tomber dans le III puis dans le IV.

6- Les quatre choix stratégiques liés à la croissance interne ou intensive de l'entreprise (modèle Ansoff)

Réponse: Le modèle Ansoff correspond à un tableau à deux entrées

Marché/Produit	nouveau	ancien
Nouveau	I	II
ancien	III	IV

La cas I correspond à une politique de diversification. L'entreprise cherche à faire autre chose que ces produits actuels qui touchent un autre marché.

Le cas IV correspond à une stratégie intensive, c'est-à-dire une stratégie de pénétration du marché. Le cas II correspond à une stratégie d'extension du produit, on le fait entrer dans un nouveau marché, on étend sa portée.

Le cas III correspond à une stratégie d'extension de la gamme.

7- Une SARL peut elle être cotée à la Bourse de Paris ? Pourquoi ?

Réponse: Une SARL est une société à responsabilité limitée? Les personnes qui apportent le capital sont au minimum 2 sans obligation de capital minimum. Ils deviennent associés et possèdent des parts de la société. Cependant, ce capital n'est pas partagé sous forme d'actions dont les détenteurs seraient par conséquent des actionnaires. Pour être cotée à la Bourse de Paris, il faut que la société propose des actions ce qui est le cas des SA. Une SARL ne peut être cotée en Bourse car son capital est partagé sous forme de parts et non d'actions.

8- Pourquoi le contrôle de gestion est-il plus délicat à réaliser dans une économie immatérielle que dans une économie matérielle?

Réponse: Le contrôle de gestion consiste à quantifier le plus possible l'état de l'entreprise, son activité économique. Dans une économie immatérielle cette quantification est plus délicate que dans une économie matérielle.

Principe de fonctionnement et intérêt d'un panel de consommateurs

Un panel de consommateurs est un petit groupe de personnes choisi par l'entreprise pour les questionner de façon précise sur un produit à l'essai. Le principe de fonctionnement est simple. L'entreprise veut lancer un nouveau produit, celui-ci correspond à un besoin.

Mais l'entreprise doit tester si le besoin est bien contenté au final. Pour cela, elle choisit une catégorie de personnes qui est visée par le produit, dont elle définit les critères distinctifs. Elle leur propose alors un questionnaire. L'étude des résultats de ce questionnaire fait l'intérêt du panel de consommateurs et permet à l'entreprise de savoir si le produit atteint ses objectifs.

9- Différences essentielles existant entre un canal homogène de distribution et un canal hétérogène de distribution. Expliquez en quoi le choix de ce type de canal de distribution est conditionné par les caractéristiques propres du produit vendu.

Réponse: Un canal homogène de distribution correspond à une distribution où l'on retrouve le même type de produit

Un canal homogène de distribution correspond à une distribution où l'on retrouve le même type de produit. Un canal hétérogène de distribution est une distribution applicable à des produits divers. Lorsqu'on choisit un canal homogène de distribution, il s'agit de mettre en valeur la spécification du produit. Par exemple, on trouve des brosses à dent vendues exclusivement en pharmacie. Cela montre la volonté de l'entreprise de mettre en valeur le côté hygiène de qualité. A l'inverse lorsqu'on choisit un canal hétérogène, le produit sera vendu parmi d'autres produits qui n'ont rien à voir. Par exemple, c'est le cas des grands magasins qui proposent plein de produits de la vie courante.

Les caractéristiques propres du produit vendu conditionnent le type de canal de distribution. Si le produit est banalisé, de consommation courante, il doit suivre le canal hétérogène.

10- Quelle différence essentielle existe-t-il entre un produit star et un produit dilemme dans le modèle du Boston Consulting Group?

Réponse: Le modèle du BCG s'appuie sur 2 axes :

La croissance du marché, et la part de marché des produits, qui sont représentés par un point (taille fonction du CA par exemple) sur cet espace à deux dimensions.

- 1 Le produit star approche du monopole sur un marché qui évolue peu.
- 2 Le produit dilemme, lui, a de bonnes parts de marché, mais sur un marché à évolution très rapide. Il faut donc beaucoup de travail pour maintenir ce produit à un haut niveau de part de marché à cause de la concurrence très rude.

11- Créativité et innovation procèdent-ils du même management ? Commentez votre réponse.

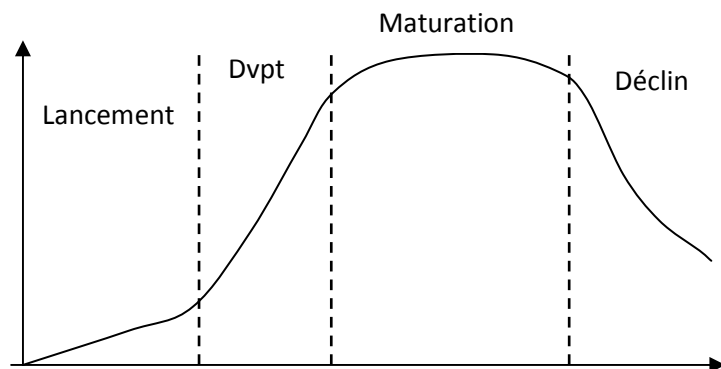
3. La créativité est un concept qui décrit la façon de faire émerger des idées nouvelles, originales et qui changent vraiment de ce que l'on connaît. Elle passe donc par des phases de brainstorming et d'analyse des idées. Tout le personnel de l'entreprise peut y être associé, on peut même inclure des personnes extérieures qui apportent des visions différentes. Son management commence au niveau des ressources humaines, il y a un aspect sensitif. L'innovation vise à sortir sur le marché un produit nouveau, on peut réutiliser un produit et changer son packaging (marketing), associer deux produits et/ou services dans un même lot, utiliser des technologies nouvelles ou combiner des technologies préexistantes, etc. On voit donc que ce management demande une connaissance précise de l'environnement (produits, technologies, concurrence) et un esprit de synthèse pour faire émerger des synergies. On est dans un aspect plus cartésien, plus utilitariste que dans le cas de la créativité.

12- Principes généraux de fonctionnement d'une structure matricielle d'entreprise.

Réponse: Une structure matricielle est particulièrement bien adaptée à un management par projet. On peut la représenter par un tableau dans lequel les colonnes seraient les grandes fonctions d'une entreprise (finance, juridique, production, achats, etc.) et les lignes les différents projets ou départements de l'entreprise. Les individus prennent leur place dans les cases et remplissent une fonction, liée à un des projets conduits par l'entreprise.

13- Liens existant entre les notions de courbe de vie d'un produit (marketing) et de point mort (comptabilité/finance).

Réponse: La courbe de vie d'un produit représente le nombre de produits vendus (ou le CA) en fonction du temps. On distingue généralement 4 phases : lancement, développement, maturité et déclin.



Le point mort correspond au nombre de produits que l'entreprise doit vendre pour rembourser son investissement et ses coûts de production. Au-delà elle dégagera un bénéfice.

Le point mort est atteint quand la zone située sous la courbe de vie est égale au nombre de produits à vendre pour atteindre ce dit point mort.

14- Citez et commentez au moins deux principes majeurs du système comptable français

Réponse: Le principe de précaution (qui n'existe pas aux Etats-Unis) consiste à inscrire dans les comptes de résultats les pertes éventuelles (probables), mais PAS les gains éventuels. Les gains ne sont insérés que lorsqu'ils sont sûrs.

Le principe de continuité des exercices consiste à rattacher les valeurs à la cause qui les a vu naître (exemple d'une formation effectuée en décembre n-1, facturée en janvier n).

15- Le principe d'exactitude consiste à ne tolérer aucune erreur d'écriture (pas même de quelques centimes) alors qu'aux Etats-Unis on tolère de faibles écarts).

Réponse: Le principe de précaution (qui n'existe pas aux Etats-Unis) consiste à inscrire dans les comptes de résultats les pertes éventuelles (probables), mais PAS les gains éventuels. Les gains ne sont insérés que lorsqu'ils sont sûrs.

Le principe de continuité des exercices consiste à rattacher les valeurs à la cause qui les a vu naître (exemple d'une formation effectuée en décembre n-1, facturée en janvier n).

Le principe d'exactitude consiste à ne tolérer aucune erreur d'écriture (pas même de quelques centimes) alors qu'aux Etats-Unis on tolère de faibles écarts).