



OGP

Dossier Marketing

Hexanome 4313

Généré le 4 mars 2016

Ghayth Barhoumi
Nicolas Bonfante
Paul Compagnon
Luc Forget
Marc Javin
Quentin Labernia

🌀 Table des matières 🌀

| | |
|--|---|
| I. Description du produit | 2 |
| II. Nature d'utilisation | 2 |
| III. Degré de qualité | 2 |
| IV. Nomenclature de planification | 2 |
| V. Nature des matériaux utilisés | 3 |
| VI. Nature de la distribution | 3 |
| VII. Délai de mise à disposition | 3 |
| VIII. Quantité de distribution | 4 |
| IX. Localisation de la distribution | 4 |
| X. Politique de gestion de la production | 4 |
| XI. Localisation de la fabrication | 4 |
| XII. Prévisions de vente | 4 |

I. Description du produit

Le produit que nous avons retenu est issu d'une intense réflexion sur les besoins de la clientèle. En effet, il est important de coller au plus près du besoin client et de ses attentes. De ce fait, nous avons retenu le concept de table en bloc. Le concept est simpliste mais personnalisable et moderne. Le principe est de décomposer la table, et notamment sont plateau, en plusieurs blocs de même forme, mais personnalisable de différentes façons. A l'instar d'un échiquier, le client pourra agencer le plateau de sa table à souhait. Il pourra également disposer les pieds où bon lui semble, tout en faisant preuve de bon sens. Les blocs seront tous des carrés de 300mm de côté sur 50mm d'épaisseur. Cependant, il y aura plusieurs types de blocs, tous conçus sur la base d'un bloc standard. Voici une liste exhaustive des types de blocs :

- Bloc standard : Bloc carré de 300mm de côtés sur 50mm d'épaisseur. La couleur est personnalisable dans la palette des couleurs disponibles. Il possède des éléments de jonctions avec d'autres blocs.
- Bloc thermique : Bloc carré de 300mm de côtés sur 50mm d'épaisseur. La couleur est personnalisable dans la palette des couleurs disponibles. Il possède des éléments de jonctions avec d'autres blocs. En plus d'un bloc standard, il possède un traitement thermique qui permet de poser sur ce bloc un appareil de cuisson, comme un appareil à fondue ou à raclette.
- Bloc électrique : Bloc carré de 300mm de côtés sur 50mm d'épaisseur. La couleur est personnalisable dans la palette des couleurs disponibles. Il possède des éléments de jonctions avec d'autres blocs. En plus d'un bloc standard, il possède un trou au centre afin de faire passer un câble électrique.
- Bloc électrique thermique : Il est bien sûr possible d'effectuer sur un bloc le traitement thermique et de monter le passe câble électrique.

II. Nature d'utilisation

Ce mobilier pourra être mise en place pour répondre à plusieurs cas d'usage. On pourra l'utiliser en tant que bureau si l'on utilise des blocs standards et des blocs électriques. Il pourra être implanté dans une cuisine si on prend soin de faire le traitement thermique sur tous les blocs. Sa modularité et son potentiel de personnalisation fait de ce produit un incontournable pour toutes les personnes qui souhaitent une table polyvalente.

III. Degré de qualité

Notre produit se situera en milieu de gamme. Nous ne viserons pas une qualité équivalente aux standards de l'industrie du meuble de luxe. Cependant nous prendrons soin d'offrir une qualité satisfaisante à notre clientèle, tout en respectant la contrainte d'un prix minimum. La qualité des matériaux et donc des produits finaux se situera de le moyen de gamme.

IV. Nomenclature de planification

Les pourcentages prévisionnels des ventes de blocs sont représentés sur la figure 1.

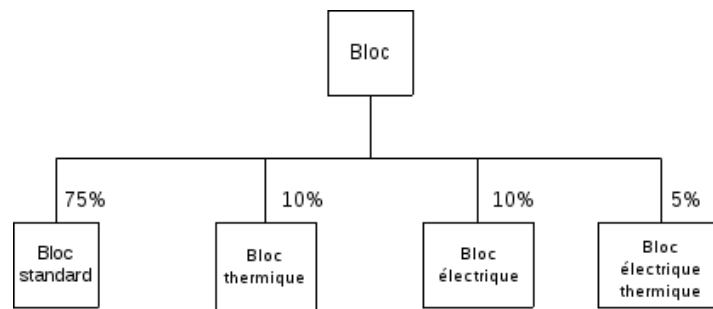


Figure 1 – Nomenclature de planification

V. Nature des matériaux utilisés

Les blocs ainsi que les pieds seront fabriqués en sapin, provenant de scieries locales. Nous achèterons les blocs et les pieds bruts. Ceux-ci seront ensuite usinés dans notre usine pour les transformer en produits intermédiaires, utilisés par la suite dans le processus de différenciation retardée pour la personnalisation du produit final. Les taquets, les chevilles et les caches seront achetés à nos fournisseurs car ce sont des produits standards.

VI. Nature de la distribution

Nous aurons plusieurs canaux de vente, qui permettront de toucher une plus large clientèle. Nos produits seront vendus en grande surface. Ce mode de distribution permet de toucher une partie de la clientèle plutôt âgée qui est encore réfractaire au mode de distribution moderne comme internet. Nos produits seront mis à disposition du client dans de grandes enseignes d'ameublement ainsi que dans des magasins plus spécialisés. Nos produits seront également disponibles en vente par correspondance, sur internet. Nous mettrons en place un configurateur qui permettra de créer son modèle de table en ligne de manière interactive. Ainsi le client pourra avoir un rendu visuel de sa table et également un calcul automatique du prix. Il pourra donc innover et tester des arrangements de blocs selon ses envies et ses contraintes.

VII. Délai de mise à disposition

Le délai de mise à disposition dépend de la nature du mode de distribution. En effet, si le client achète son produit en magasin, dans l'hypothèse où le magasin possède un stock suffisant, le délai de mise à disposition est immédiat. Si le stock n'est pas suffisant, le délai de réapprovisionnement doit être de 3 jours ouvrés maximum afin que le client attende le moins possible. Si le client a passé commande sur internet, nous devons nous engager à le livrer au maximum 7 jours ouvrés après réception du paiement. Cette durée est un standard dans les sites de e-commerce pour un service standard. Le client pourra également souscrire un service premium qui lui permettra de recevoir son mobilier dans un délai de 3 jours ouvrés.

VIII. Quantité de distribution

L'un des arguments marketing principaux de la nouvelle table produite par PICASO est sa très grande modularité. Il est donc nécessaire de mettre en œuvre une politique de distribution qui permette au client de bénéficier de cet atout majeur. Nous envisageons donc une politique de distribution autorisant le client final à choisir finement les pièces qu'il souhaite acquérir. C'est pourquoi nous proposons de fournir les pièces de base packagées avec les pièces annexes servant à l'assemblage disponible à l'acquisition individuelle (par exemple, un bloc est vendu avec quatre taquets). Les différents distributeurs sont approvisionnés par palette, une étude de marché permettant de prévoir au mieux les exigences des clients.

IX. Localisation de la distribution

Afin de toucher un public large et varié, la distribution se fait chez des marchands généralistes (types hypermarché) où dans des grandes surfaces plus spécialisées dans l'ameublement et le bricolage (type Leroy Merlin, ou Castorama). Nous n'envisageons pas pour le moment d'attaquer un marché international. Il sera peut-être envisageable de le faire dans un avenir proche si le concept marche bien en France. Il est à noter que nous ciblerons en priorité les régions Rhône-Alpes Auvergne et Île de France. La première pour une raison de proximité et la seconde pour bénéficier d'une aubaine publicitaire intéressante (c'est en effet là que sont regroupés tous les journalistes des médias à diffusion nationale).

X. Politique de gestion de la production

Afin de permettre aux clients finaux de bénéficier de l'intérêt que la table apporte par sa modularité, il est nécessaire que les pièces des variantes principales soient facilement accessibles pour que ces derniers puissent par exemple acheter facilement et rapidement une rallonge pour leur table.

Une étude de marché visera à établir les couleurs les plus recherchées, ce qui permettra de fournir un stock initial adéquat aux distributeurs. Ensuite, ceux-ci géreront en kanban l'approvisionnement des différentes variantes. Il sera envisageable, si la marque prend de la notoriété de faire signer un contrat d'engagement de stock minimal chez les distributeurs.

XI. Localisation de la fabrication

La production restera, tant que le site industriel le permettra, localisée dans l'usine historique, située en Savoie. Cela permettra de gérer de façon centralisée les approvisionnements et ainsi négocier de meilleurs prix. De plus, cela permet de donner une identité forte à la marque, ce qui lui permettra de bénéficier d'un a priori favorable de la cible commerciale.

XII. Prévisions de vente

Tous les nouveaux produits suivent initialement la même tendance lors du lancement du produit : pendant la phase de mise sur le marché, les lots de bases seront fournis à un nombre toujours croissants

de distributeurs. Ensuite, ces distributeurs entreront en gestion kanban des modules, et la demande en modules basique (sans trous ni traitement thermiques) sera certainement plus importante que celles en modules thermiques.

En terme de prévision de vente, nous estimons que la phase de mise sur le marché durera environ 8 mois. Nous donnons ensuite à titre indicatif les prévisions de vente qui se stabilisent sur 4 mois. D'autre part, les prévisions par couleurs ne sont pas détaillées puisque chaque couleur représente une proportion non fluctuante des prévisions de vente. La répartition des couleurs de base prévisionnelle est la suivante (basée sur des chiffres publiés par un concurrent adaptés aux spécificités des produits PICASO) :

- Bois naturel : 32 %,
- Blanc : 26%,
- Noir : 18%,
- Rouge : 8%,
- Jaune : 7%,
- Bleu : 7%,
- Vert : 2%

Les prévisions de vente sont données en table 1.

| | Pied de table (x8) | Blocs standards (x24) | Blocs thermiques (x6) |
|-----------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|
| Juin 16 | 30 | 27 | 12 |
| Juil. 16 | 90 | 81 | 36 |
| Août 16 | 210 | 219 | 88 |
| Sept.16 | 432 | 465 | 198 |
| Oct. 16 | 765 | 800 | 402 |
| Nov. 16 | 1024 | 1200 | 580 |
| Déc. 16 | 1148 | 1345 | 700 |
| Janv. 17 | 1224 | 1445 | 732 |
| Fév. 17 | 900 | 1600 | 700 |
| Mars 17 | 800 | 1585 | 700 |
| Avril 17 | 750 | 1615 | 680 |
| Mai 17 | 800 | 1579 | 700 |

Table 1 – Prévisions de vente pour la période Juin 2016 – Mai 2017

La représentation graphique associée à ces prévisions de vente est présentée en figure 2.

Enfin, il faut noter que les prévisions de ventes des anciens produits ne subissent pas de conséquences de la mise sur le maché de produits qui ne les concurrencent pas.

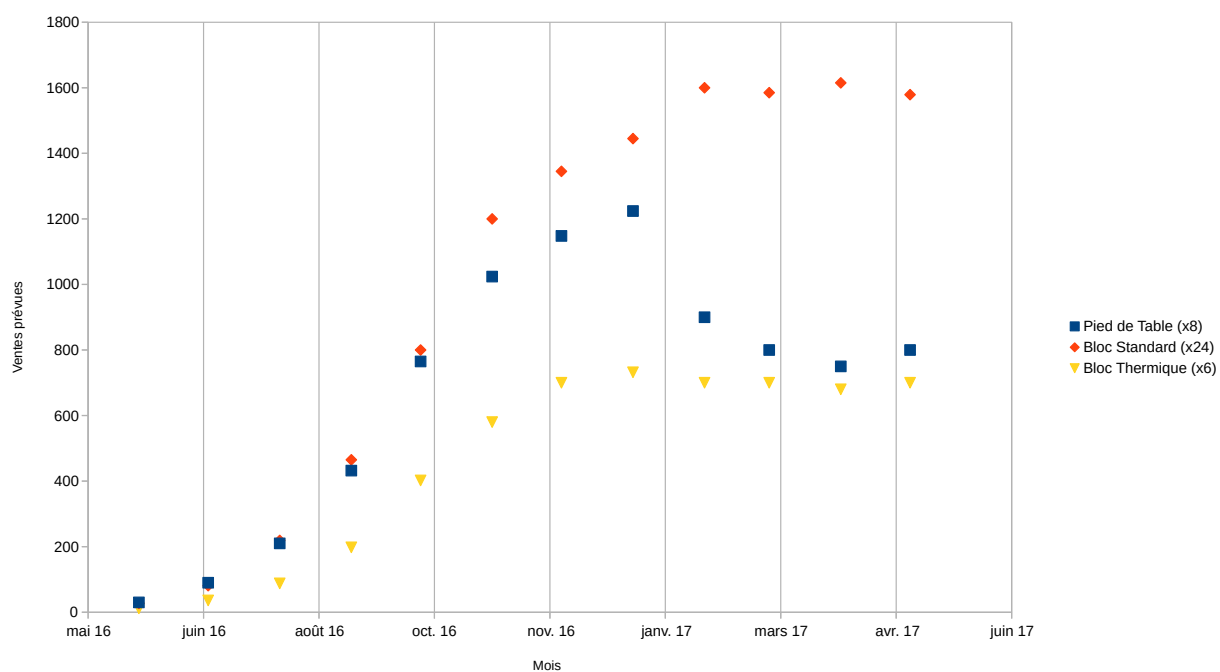


Figure 2 – Prévisions des ventes pour la période Juin 2016 – Mai 2017