**T.D. 07/10/2021 - Gestion/Éco**

Contact: agnes.mazars-chapelon@umontpellier.fr

Date : 07/10/2021

*Lien vers le doc:* [Séance n°5 - GPO 1.1 - Diagnostic de Marché.pdf](https://drive.google.com/file/d/1YE37q34978uR379JGmITChLmJvoFISPK/view?usp=sharing)

**Séance 4 - Management du Marketing Opérationnel.**

- L’étude de marché:

1. Quels objectifs possède l’étude de marché ?
   * Identifier les clients potentiel / Concurrent
   * Vérifier auprès de la clientèle l’attente ou nos produits ou services
   * Définir une stratégie commerciale pour atteindre des objectifs de vente
2. Quelles sont les principales étapes de l'étude de marché ?
   * Déjà des recherches documentaires en ciblant le marché voulus
3. Quels sont les intérêts de chacune des étapes de l’étude de marché ?
   * Les intérêts sont de mieux connaître son marché.
4. Données primaires: On collecte directement.
5. Données secondaires: On accède à l’information déjà collectée [document].
6. Définition d’une stratégie commerciale: **Segmenter** / **Cibler** / **Positionner** enfin **Agir** sur les variables du MIX MARKETING [produit, prix, promotion, place]

- Étude de marché [8 règles d’or]:

1. Quelles sont les 8 règles d’or pour réussir une étude de marché ?
   * Quantifier la demande et prévoir son évolution. Socio-Culturel
   * Qualifier la demande. Sociologique
   * Analyser la concurrence.
   * Comprendre la distribution et les réseaux intermédiaires.
   * Connaître la réglementation.
   * Anticiper la logistique.
   * Adapter les codes de communication.
   * Rester en veille.
2. Pourquoi une étude de marché est-elle de moins en moins valable sur le long terme?
   * Une étude de marché se voit devenir obsolète de par la nature évolutive des éléments et variables observés au moment de son étude, les conclusions tirées peuvent donc perdre de leur pertinence en conséquence.

Socio-Culturel: Les éléments démographiques peuvent influencer la quantification de la demande et la culture, les tendances, ... [*le nombre de clients potentiels*].

- Nouvelle aventure pour Netflix dans le jeu vidéo… Ou pas ?

1. Pourquoi Michael Pachter semble-il si catégorique à l’échec de Netflix dans le jeu vidéo?

* L’échec de Netflix selon Michael Pachter semble inévitable dans la mesure où le marché du jeu vidéo impose un minimum de spécificité technique qu’il ne voit pas Netflix acquérir sauf si, par des investissements majeurs, le studio venait à acquérir un des acteurs majeurs déjà implémenté sur le marché du jeu vidéo.

1. Pour quelle raison les géants de la technologie échouent dans le marché du jeu vidéo ?

* Les géants de la technologie échouent dans le marché du jeu vidéo, car il pense d’abord à la distribution, avant de penser au contenu du jeu. Cependant c’est **strictement** le contraire qu’il faut faire déclare Joost van Dreunen.

1. Dans l’environnement légal des entreprises, quel avantage et inconvénient la propriété intellectuelle possède-t-elle ?

* L’avantage de la propriété intellectuelle se mesure aux gains financiers exclusifs qu’une entreprise possède sur le contenu protégé par le brevet.
* Son inconvénient, vient de la responsabilité de cette entreprise à développer un produit qui répondrait aux attentes des consommateurs, compétences que les grands studios de productions cinématographiques manquent.

1. Quel type de produit Netflix met-il en avant pour avancer sa confiance dans sa réussite dans le marché du jeu vidéo ?

* Netflix met en avant ces séries interactives qu’ils ont créées, car en effet les personnes ont bien aimé les émissions interactives comme Bandersnatch ou encore ‘You vs Wild’.

1. Citez des lancements de consoles réussis et ratés dans le secteur du jeu vidéo ou de l'informatique. Pourquoi sont-ils des échecs ou des succès?

* La Wii-U de Nintendo est un lancement complètement raté de la part de Nintendo.
* Switch au contraire de la Wii-U, cette fois-ci Nintendo s'est rattrapée, et à lancer une nouvelle console qui cartonne !

Référence à la **SWAT** analysis.