**T.D. 20/10/2021 - Gestion/Éco**

Contact: agnes.mazars-chapelon@umontpellier.fr

Date : 20/10/2021

*Lien vers le doc:* [Séance n°6 - GPO 1.1 - Collecte et Analyse de Données Clients.pdf](https://drive.google.com/file/d/1NioR2AfqEiIG-_WXVZqOipqHPQQbvGnT/view?usp=sharing)

**Séance 6 - Collecte et Analyse de Données Client.**

- Cas d’application: Analyse de données de ventes:

Exercices - Le café cubain:

1. Quel prix théorique dérivé de la méthode du prix psychologique ?

* Le prix théorique dérivé de la méthode du prix psychologique, serait 3,50e

1. Non seulement le consommateur n’est pas rationnel et l’entreprise l’utilise en exploitant les données sur le prix psychologique, mais en plus on voit que l’entreprise ne suit pas la loi de l’offre et de la demande pour déterminer son prix.  
     
   Au prix de 1e, le marché potentiel est de 5% [100%-95% => 5%].  
   Au prix de 1.5e, le marché potentiel est de 20%.  
   Au prix de 2e, le marché potentiel est de 30%.  
   Au prix de 2.5e, le marché potentiel est de 35%.  
   …  
   Au prix de 5e, le marché potentiel est de 65% de non consommateurs.  
     
   Finalement, le prix psychologique pour ce café est celui qui va maximiser le nombre de consommateurs est de 3,5euro.
2. A quel prix l’entreprise doit-elle vendre son produit si le marché est estimé à un volume global de 2 millions d’unités ?

* Ce serait 4.5, car celui-ci permet d’avoir le chiffre d'affaires le plus élevé et donc le bénéfice le plus élevé sur une base de 2M d'unites vendu, à 3,5e on touche 55% du marché, donc Chiffre d’affaire de 3.5\*55%\*2 => 3850000. Pour la 4e on aura => 4M. Pour 4.5e on aura => 4.5M

* Etude Quantitative: Sondage / Questionnaire, recueillir des données structurées, permettre un choix ferme [oui/non], ou avec une échelle de mesure.
* Etude Qualitative : interview / échanger en temps réel
* Etude Qualitative: Focus group: on réunit des consommateurs et on les interroge/les fait parler.

Exercices - Les parfums de Lor:

1. A quel prix conseillez-vous à Lor de vendre son parfum et pourquoi ?

* Le prix conseillé serait 620e

Produit de luxe => caractéristique: demande inélastique au prix, cible aisée donc peu sensible au prix …  
  
Et qui plus est il faut comprendre ce que recherche la cible: on incite à l’achat via l’image prix, et on va prendre en compte le comportement: femme aisée, spontanée… donc elle va être peu sensible au prix, mais plus réactive au caractère de nouveau produit…  
Donc on part sur un prix de 70e, voire 69e

1. Parmi les propositions énoncées, laquelle vous semble la plus adaptée et pourquoi?

* La promotion des ventes pour soutenir le lancement doit de la même façon être adaptée à la cible, ses attentes, sont comportement.

1. Voyez-vous une meilleure proposition à faire pour vendre le parfum Lor?

* Ce serait plus le **Cadeau**.