

SÉANCE N°6 – COLLECTE ET ANALYSE DE DONNÉES CLIENT

Ressource : Gestion de Projet et des Organisations (GPO 1.1)

TECHNIQUES D'ÉLICITATION

Vidéo (5'54) – La collecte de l'information : techniques d'éllicitation (Part 1)

Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=9yzj4hWa4WM>

Vidéo (6'07) – La collecte de l'information : techniques d'éllicitation (Part 2)

Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=981YOWdzB6A>

Questions

1. Comment doit être l'information collectée auprès de futurs clients ?
2. Quelles sont les différentes techniques de collecte d'information ainsi que les avantages et enjeux de chacune de ces techniques ? *Pour répondre à cette question, vous pouvez réaliser un tableau avec : technique, avantage et enjeu.*
3. En quoi l'informatique peut-il être un avantage pour le métier du Business Analyst ?
4. Quel métier de l'informatique mêlant collecte de données et analyse de données travaille avec le Business Analyst ?

CAS D'APPLICATION : ANALYSE DE DONNÉES DE VENTES

Exercice – Les parfums de Lor

La société Lor a mis au point un nouveau parfum, très riche et subtil, son cœur de cible est la femme active, assez aisée et spontanée de 30-45 ans, qui sort très fréquemment. Ce nouveau parfum nommée « Belle de Nuit », sortira sur le marché au printemps de l'année suivante. Les principaux parfums considérés comme les plus concurrents de Lor sont les suivants :

Entreprise	Parfum	Prix (flacon)
Verlain	Tout simplement Femme	55 euros
Risenchy	Doux Rivages	65 euros
Lanclume	Exigeante	63 euros

Le coût unitaire du flacon de « Belle de Nuit » est évalué à 30 euros sur une estimation de 300 000 parfums vendus. De plus, pour le lancement de son nouveau parfum « Belle de Nuit », Lor hésite entre plusieurs actions commerciales qui sont les suivantes :

Action	Description
Réduction	Proposer une réduction de 20% sur le prix d'achat
Supplément	Proposer des flacons avec 15% de produits en plus
Cadeau	Offrir une crème de soin Lor pour l'achat d'un flacon
Jeu concours	Proposer un jeu concours pour gagner une Renault Clio

Questions

1. À quel prix conseillez-vous à Lor de vendre son parfum et pourquoi ?
2. Parmi les propositions énoncées, laquelle vous semble la plus adaptée et pourquoi ?
3. Voyez-vous une meilleure proposition à faire pour vendre le parfum Lor ?

NOTION DE PRIX PSYCHOLOGIQUE

Vidéo (5'06) – Présenter le prix au client grâce à la psychologie

Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=GLcEe7LbNhE>

Questions

1. Pourquoi le prix est-il une notion subjective dans la tête d'un client ?
2. Quels facteurs peuvent influencer le prix psychologique perçu d'un client à l'autre ?
3. Comment modifier la perception du prix par le client ?

Réflexion sur le prix psychologique dans l'informatique

1. Quels exemples, à la fois en terme de produits et de prix, avez-vous de prix psychologiques vous évoquant les quatre types de produits (ou services) suivants : (1) première nécessité / courant, (2) Promotion ou soldé, (3) luxe / haut de gamme et (4) rare et extrêmement cher.
2. Quelle fourchette de prix globale et moyenne vous faites-vous des six productions informatiques suivantes : (1) application Marketplace, (2) application e-commerce, (3) jeu mobile, (4) application marketing, (5) application réseau sociaux et (6) application de gestion interne à l'entreprise.

CAS D'APPLICATION : ANALYSE DE DONNÉES STATISTIQUES

Exercice – Le café Cubain

L'agent commercial d'une marque de café cubain souhaite se faire référencer chez une entreprise de la grande distribution. Avant de rencontrer l'acheteur de la centrale d'achat, il souhaite disposer d'une information sur le prix que pourraient accepter les consommateurs françaises, pensant que cette information lui donnerait un avantage pour négocier son prix de vente au distributeur. Il fait donc réaliser une étude sur la perception du prix d'un paquet de 250g de café cubain. Pour ce faire, la société pose deux questions à un échantillon de 400 consommatrices :

- À partir de quel prix penseriez-vous que ce café est trop cher pour l'acheter ?
- À partir de quel prix penseriez-vous que ce café est de trop mauvaise qualité pour l'acheter ?

Les résultats de cette étude de marché sont les suivants :

Prix (euros)	Trop mauvaise qualité (%)	Trop cher (%)
1	95	0
1,5	80	5
2	70	10
2,5	65	10
3	40	20
3,5	15	30
4	15	35
4,5	10	40
5	5	60
5,5	5	65

Questions

1. Quel est le prix théorique dérivé de la méthode du prix psychologique ?
2. À quel prix l'entreprise doit-elle vendre son produit si le marché est estimé à un volume global de 2 millions d'unités ?

CONTENU EXTRA
