

NOTE DE CONJONCTURE



Orientation du message radio

Vous connaissez bien mieux vos clients qu'en début d'année, et vous vous posez la question du message passé dans vos spots radio. Certains clients, des habitués, vous ont confié qu'ils les trouvaient dépassés, et ne correspondaient pas au dynamisme de l'entreprise.

Vous pouvez donc réorienter votre message radio selon 3 axes différents : classique, dynamique ou décalé.

	Message	Cible type
<i>Classique</i>	Institutionnel, pratique	Retraités
<i>Dynamique</i>	Vivant, imagé	Jeunes employés
<i>Décalé</i>	Humoristique	Cadres supérieurs

Une orientation du message en phase avec votre cible de prospection vous permettra de maximiser votre notoriété.



Changement du fournisseur de boisson

Vous prenez le temps d'étudier l'opportunité de changer de fournisseur de boisson. Concrètement, vous avez toujours travaillé avec le même fournisseur, mais vous êtes de plus en plus souvent sollicités par de jeunes pousses aux propositions parfois originales.

Vous identifiez donc 3 fournisseurs potentiels :

	Nom	Descriptif	Coût eau minérale (€ HT)	Coût boisson énergétique (€ HT)
Fournisseur 1 (choix actuel)	Vivian	Marque nationale – la qualité est standard.	0,5 € HT	2 € HT
	Grine	Start-up locale privilégiant un approvisionnement proche – la boisson énergétique est réalisée à base de plantes, sans addition d'éléments de synthèse	1 € HT	3 € HT
Fournisseur 2	Voda	Marque slovène low cost – la boisson énergétique est très connue du milieu sportif pour son efficacité, et contient plusieurs additifs chimiques.	0,2 € HT	1,8 € HT

L'empreinte carbone de l'entreprise est impactée en fonction de votre choix.

Attention votre choix est définitif jusqu'à la fin de l'année, vous serez liés par contrat.