

Haute Ecole Régionale du Commerce International (HERCI)

2018-2019

Epreuve de Marketing Mix

Professeur : Dr HOUNTON

Durée : 2h

Année d'Etude : Licence2

I- Culture Commerciale

A - Définition technique

Communication événementielle, distribution sélective, assortiment, ligne de produit, Brainstorming, canal, Innovation, Axe de communication, Veille commerciale, marketing viral, communication institutionnelle.

B - Techniques Commerciales

- 1) Pourquoi le taux de croissance est faible lors de la phase du lancement d'un produit?
- 2) Quelles sont les fonctions essentielles d'une marque ? Citer ces qualités commerciales.
- 3) Pourquoi dit-on que le conditionnement, l'emballage et l'étiquette sont des vendeurs muets ?
- 4) On peut vendre sans publicité mais jamais sans communication. Commentez cette assertion
- 5) Pourquoi l'internet est considéré comme un média ?
- 6) Quelles sont les conditions que doivent remplir un produit pour emprunter le circuit long ?
- 7) Quels sont les paramètres de la matrice BCG?

II Le prix psychologique

Pour revoir ses prix à la baisse, Monsieur Fachina souhaite connaître le prix auquel ses clients nationaux accepteraient d'acheter son produit. Pour ce faire, la direction commerciale a, un mois avant votre arrivée dans la société, posé les deux questions suivantes à un échantillon de 1000 prospects.

Question1 : A partir de quel prix trouveriez-vous notre matériel trop cher ?

Question2 : A partir de quel prix auriez-vous peur que notre matériel soit de mauvaise qualité ?

Le dépouillement des réponses obtenues a donné les résultats suivants.

Résultats de l'enquête sur le prix

Prix de vente en KF	290	320	350	380	410	440	470	500	530
---------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Réponses à Q1	0	100	85	150	170	160	125	110	100
Réponses à Q2	235	225	155	100	95	80	65	45	0

1-En vous référant aux résultats de l'enquête menée, déterminez par calcul le prix psychologique du matériel de la société.

2 – Si l'objectif de la société est la rentabilité, quel serait le prix de vente si le coût de revient est estimé à 310 et la population potentielle est de 1200000.

3 – Donner les limites des deux méthodes de prix.