

HERCI

MATIERE : ETUDE DE MARCHE ET PROSPECTION A L'INTERNATIONAL

ANNEE: 2018 – 2019

Licence 3

Durée: 2 HEURES

EXERCICE1 Evaluation du potentiel du marché (3 points)

Le marché actuel de la profession vinicole est composé de 30 millions de consommateurs. Votre entreprise détient une part de marché de 10%. 40 millions d'individus de plus de 15 ans vivent dans la zone géographique mais les non consommateurs absolus (de plus de 15 ans) ont été estimés à 7 millions.

- 1- Estimez le nombre de prospects.
- 2- Calculez le taux de saturation du marché.

EXERCICE2 Etude de marché international (10 points)

Répondez aux questions suivantes :

- 1- Qu'est-ce que PESTEL ?
- 2- Présentez de manière synthétisée la structure d'un rapport d'étude de marché.
- 3- A quoi sert une étude de marché à l'international ?
- 4- Présentez brièvement la démarche d'une étude de marché à l'international.
- 5- Dans le cadre d'une étude de marché à l'international, quels sont les informations nécessaires à collecter ?

EXERCICE 3 : (7 points) Prospection internationale

La société Tchécognon produit et commercialise au Bénin des tomates en boîte de marque « EVIVI ». Après quelques années florissantes, Mr KIKI le PDG décide de s'étendre à l'international (marché togolais et ivoirien) par le biais d'intermédiaires. En tant que responsable export de la société, vous êtes chargés de prospecter le marché pour la recherche d'intermédiaires. Après avoir présenté votre plan de prospection, proposez quelques actions à mener dans ce cadre.