

Exemple de projet - Comportement du consommateur (p.160)

Compétences :

1. Réaliser une analyse de marché selon les critères de comportement de consommateur (segments du marché, dimension culturelle, groupes de référence et caractéristiques de l'individu).

- Développer une démarche structurée d'analyse du comportement du consommateur à partir des dimensions individuelles, culturelles et des groupes de référence.
- Réaliser une analyse des stratégies de la concurrence et identifier ses forces et faiblesses par rapport aux clients.
- Analyser et critiquer la stratégie marketing d'une entreprise (prix, publicité, distribution par rapport aux clients) selon les caractéristiques des consommateurs que l'entreprise veut attirer.
- Utiliser les échelles de mesure les plus appropriées pour connaître les attitudes et la dimension cognitive chez les consommateurs pour mieux comprendre le marché.

2. Rédiger un plan d'action pour une entreprise en s'appuyant sur les notions de comportement du consommateur.

Tâche complexe (Mise en situation) :

Vous êtes en charge d'un département de vêtements pour enfants de l'entreprise « Kids », la clientèle habituelle est les parents d'enfants de 2 ans jusqu'à dix ans. La moyenne de clients est d'environ 30,000 consommateurs par année. Une grande proportion des clients (40 %) vont chez vous pour acheter des cadeaux pour des nièces, cousins, etc. Ce sont en majorité des femmes de couleur.

Dans le marché mondial, il y a cinq entreprises qui sont des concurrents directs. Un profil des ventes de chaque entreprise, pour l'année en cours, a été fourni dernièrement par l'association de producteurs (fabricants) de vêtements.

Position	Entreprise	Portion de marché
1.	Gap's	30%
2.	Child's	24%
3.	Enfants	20%
4.	Kids	15%
5.	Nenes	8%
6.	Autres	3%

Les chiffres d'affaires de l'année passée étaient un peu différents, car l'entreprise « Kids » était la deuxième avec une portion de 19 % du total du marché. Lorsque le directeur a reçu l'information, il a convoqué une réunion pour discuter la situation et mieux préciser l'information. Il a montré aussi que le chiffre de ventes de cette année a diminué 8 % par rapport à l'année précédente.

Au terme de la réunion, vous vous êtes rendu compte que l'entreprise n'a jamais fait une étude du marché, que la base de données des clients a beaucoup d'information, mais personne ne sait clairement de quel type. La conclusion est qu'il faut discuter des actions à suivre pour améliorer la situation et attirer des clients.

L'entreprise met à votre disposition toute l'information que vous voulez, mais le directeur s'est craint sur le fait que le moment actuel n'est pas le meilleur en touchant les aspects financiers de l'entreprise.

Responsabilités :

- Formuler des hypothèses pour expliquer les raisons par lesquelles l'entreprise s'est rendue à une telle situation (pour lesquelles l'entreprise a perdu leur portion du marché et leurs ventes ont diminué)
- Analyser les variables contrôlables du marketing (le prix, la place, la promotion) afin de faire correctives.
- Dessiner une étude du marché en profondeur pour clarifier la situation actuelle de l'entreprise et déterminer clairement les motivations, les intérêts et le style de vie de la clientèle.
- Déterminer le profil de la clientèle selon les variables de style de vie.
- Recommander un plan d'action afin d'améliorer la situation actuelle de l'entreprise compte tenu des résultats de l'étude du marché
- Proposer un plan de fidélisation de la clientèle.
- Justifier aussi le plan d'action que le plan de fidélisation

Consignes : Questions à considérer :

- Quelles seront les raisons de diminution d'achats chez les consommateurs?
- Comment la concurrence pourrait-elle affecter la clientèle de Kids? Seront-ils les prix, la publicité ou la qualité de produit ou tous ensembles?
- Quels sont les caractéristiques et le style de vie des consommateurs?
- Quels seront les facteurs les plus appréciés de la part des consommateurs?
- Quelles actions seront les plus efficaces pour attirer de nouveau les clients?
- Pourrait-il un plan de fidélisation attirer beaucoup plus de clients?
- Lequel pourrait être un plan innovateur de fidélisation?

Évaluation :

Critères

- Précision des concepts d'analyse et d'étude de marché
- Utilisation adéquate des outils dont disposent les entreprises pour résoudre des problèmes complexes dans le marché
- Formulation d'hypothèses claires et réalistes
- Proposition de solutions appropriées
- Justification des activités planifiées