

Question 01 :

L'entreprise Numedia import-export a sollicité une compagnie de transport maritime pour importer des Micro portables de la Chine. Les produits comparables des principaux concurrents sont commercialisés en moyenne à 220 €. Supposons que la marge bénéficiaire moyenne est de 80,50 €, la marge réservée aux distributeurs est de 26,40 € (12% du prix de vente), le coût moyen de transport maritime est de 74,40 € (33,82% du prix de vente), les autres charges sont estimées à 38,70 € (17,59% du prix de vente), et l'entreprise a utilisé dans sa stratégie commerciale **le cout cible moyen** qui est évalué à 139,5 €.

- Donnez la signification du coût cible moyen utilisé par l'entreprise, et dites quelles sont les raisons du choix de cette stratégie commerciale.
- Quelles recommandations pouvez-vous faire à l'entreprise afin de lui assurer une forte rentabilité et pouvoir faire face à ses concurrents ?

- La signification du coût cible moyen utilisé par l'entreprise :

Le cout cible moyen ou **target costing** est une méthode inventée au Japon **basée sur une analyse détaillée des coûts**. Cette technique de gestion dans laquelle les prix sont déterminés par les conditions du marché, tient également compte de plusieurs facteurs tels que :

- L'homogénéité des produits,
- Le niveau de concurrence,
- Les coûts de commutation faibles / faibles pour le client final.
- Le degré de satisfaction du client dans différents segments de marché,
-

Les raisons du choix de cette stratégie : consiste à déterminer pour un produit quelconque un « **coût objectif** » à ne pas dépasser en raison du prix imposé par le marché (les concurrents) et de la marge bénéficiaire prévue et définie par l'entreprise.

Mais également :

- Contrôler les coûts,
- Satisfaire le client en termes du prix et qualité
- La notoriété et l'image de marque
- S'adapter aux conditions et exigences du marché
- Asseoir un politique marketing plus adéquate compte tenu des facteurs précités.
- Générer une rentabilité souhaitée au prix de vente anticipé du produit sur une période spécifiée
-

Les recommandations : (non exhaustives)

Face à cette situation, l'entreprise Numedia import-export pour pouvoir faire face à ses concurrents et assurer une forte rentabilité, peut envisager de :

- Réaliser une analyse détaillée de la valeur des produits à vendre par rapport au cout cible ;
- De réduire sa propre marge sur les produits à vendre ;
- Choisir une compagnie de transport à l'international permettant d'assurer une meilleure qualité et pratiquer un prix compétitif (réaliser les économies d'échelles par exemple) ;
- Demander aux distributeurs de réduire leur marge ;
- De pratiquer une politique de prix moins agressive de manière à assurer une rentabilité et faire face aux concurrents ;
- D'éliminer les charges supplémentaires liées au marketing en optant par exemple au marketing digital.
- Lancer ou importer de nouveau produit lorsque la quantité vendue diminue avec le temps.
-