

MI EMF/S2
MODULE : MSBF
Corrigé type du document de TD N°02 (Partie exercices)

✓ EXERCICE N°01 : Optiques (Production / Vente / Marketing)

Situation	Réponse	Justification
A	P	Production de masse → logique industrielle centrée sur l'offre
B	M	Le client est au centre → logique marketing
C	P	Réduction des coûts + volume → optique production
D	V	Vendre ce qui est produit → logique commerciale (vente)
E	M	Anticipation des besoins → marketing stratégique
F	P	Activité conditionnée par l'offre → production

✓ EXERCICE N°02 : Analyse SWOT

Schéma SWOT

Interne	Externe

FORCES (F) OPPORTUNITÉS (O)	
(Atouts) (Environnement favorable)	
----- -----	
FAIBLESSES (FA) MENACES (M)	
(Limites) (Risques externes)	

Lecture :

- Forces/Faiblesses → facteurs internes à l'entreprise
- Opportunités/Menaces → facteurs externes

N°	Situation	Réponse	Justification
1	Faible trésorerie	FA	Faiblesse interne
2	Cours de bourse en hausse	FO	Force interne (valorisation positive)
3	Hausse prix matière première	M	Menace externe
4	Nouveau concurrent puissant	M	Menace externe
5	Concurrent en faillite	O	Opportunité externe

✓ EXERCICE N°03 : Part de marché

1) Parts de marché 2013 (approximatif)

Formule :

Part de marché = (ventes marque / total marché) × 100

Marque	2013	Part (%)
HONDA	14804	24.8%
KAWASAKI	11967	20.0%
YAMAHA	11603	19.4%
SUZUKI	7395	12.4%
KTM	6477	10.8%
Autres	reste	~12.6%

☞ **Marché dominé par quelques leaders**

2] Évolution 2012–2013

☞ Baisse globale du marché

(68144 → 59692) = -12.4% environ

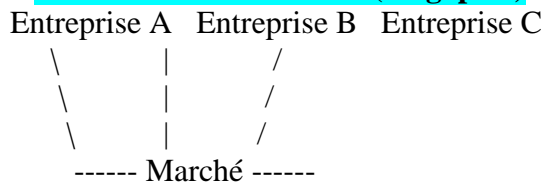
☞ Presque toutes les marques sont en baisse

3] Structure du marché

➤ Marché oligopolistique

- Quelques grandes entreprises dominent
- Forte concurrence
- Barrières à l'entrée possibles

➤ Structure de marché (Oligopole)



Forte concurrence entre quelques acteurs dominants

4] Facteurs macro-environnementaux

- Crise économique / baisse du pouvoir d'achat
- Augmentation des coûts (matières premières)
- Réglementation environnementale
- Évolution des préférences (transport alternatif)
- Prix du carburant

✓ EXERCICE N°04 : Segmentation

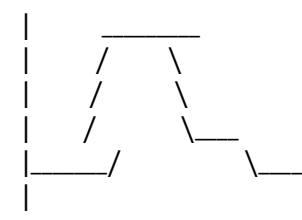
Catégorie	Critères
Géographiques	Wilaya, ville, habitat rural/urbain
Sociodémographiques	Âge, genre
Psychographiques	Domaine d'intérêt
Comportementaux	Date inscription, provenance, type visiteur, pages vues, historique achats, CA généré

✓ EXERCICE N°05 : Cycle de vie

➤ LE Cycle de vie du produit en théorie

Ventes

^



+-----> Temps

Intro Croissance Maturité Déclin

Phases :

- Introduction : lancement, faible demande

- Croissance : augmentation rapide des ventes
- Maturité : stabilisation du marché
- Déclin : baisse des ventes

Produit	Phase
Tourne disque	Déclin
Voiture électrique	Croissance
Ordinateur	Maturité
Réfrigérateur intelligent	Introduction
Magnétoscope	Déclin
Pellicule photo	Déclin
Renault Symbol Algérie	Maturité
Disquette	Déclin
Internet	Maturité
Windows 10	Maturité

✓ EXERCICE N°06 : Stratégies de communication

➤ Stratégies PUSH vs PULL en théorie

- PUSH (pression commerciale) : **PUSH** : communication directe vers le client

Entreprise ---> Distributeur ---> Client

- PULL (attraction marketing) : **PULL** : attirer le client vers l'entreprise

Client ---> Distributeur ---> Entreprise

Moyen	Stratégie
E-mail commercial	PUSH
Publicité média	PULL
Call center	PUSH
Newsletter	PUSH
Réseaux sociaux	PULL
Digibank	PUSH