

<b>Epreuve</b>	E5
<b>Matière d'enseignement</b>	Projet de communication, Relations commerciales, Veille, Droit de la communication
<b>N° d'ordre</b>	Corrigé DC 11-2014
<b>Date de mise en ligne du corrigé</b>	22 mars 2014

## SOLEX - CORRIGÉ

### Dossier 1 – Projet de communication (sur 40 points)

#### 1.1 - Identifier les points forts et points faibles de la situation du marché du vélo Solex électrique ...

*Consignes :*

- ne pas exiger distinction interne M/ externe au vue de la question*
- Privilégier format tableau*
- Sanctionner le manque de synthèse ( 2 pages maximum )*
- Sanctionner la paraphrase*
- 0.5 point par idée validée, question sur **10 points***

<b>Points forts</b>	<b>Points faibles</b>
<i>Internes (forces)</i>	<i>Internes (faiblesses)</i>
Marque e-solex rachetée par le leader du marché européen, Easybike,	Ventes encore confidentielles
Production en France → + en terme d'image	Premiers e-solex fabriqués en Chine = bas de gamme
Potentiel de production important	
Notoriété marque solex	
Tradition de communication de la marque	
Grand succès commercial des premiers solex dès 1946	
Partenariat tf1 → croissance visibilité de la marque	
Elargissement gamme	
design par Pininfarina (designer ferrari entre autre)	
Prix raisonnable / produits concurrents	
Qualité technique et évolution des composants	
Batterie amovible = plus produit important	
Possibilité d'assistance partielle ou complète	
<i>Externes (opportunités)</i>	<i>Externes (menaces)</i>
Produit qui répond à différents besoins, à différentes occasions de consommation	Prix élevé des produits / à un vélo classique (proche scooter pour le haut de gamme)
Phénomène rétromarketing favorable	Prix en hausse
Evolutions techniques positives des produits	Manque de parkings sécurisés
Ventes mondiales. en hausse, avec des perspectives d'évolution très favorables, +	Retard en France pour l'équipement en pistes cyclables
15% de croissance en France alors que marché du cycle en stagnation	Ventes en France limitées / autres pays européens
Tendance à la consommation responsable et durable	segment marginal sur le marché du cycle (1,6 % des ventes)
	normes contraignantes (vitesse, ...)
	Besoin encore émergent et donc réduit, marché encore restreint

**... et posez un problème à résoudre par la communication qui vous paraisse pertinent**

*Consignes : importance de la formulation (comment ... alors que ...)  
Bien intégrer 3 éléments clés (atouts marque solex, ventes à dynamiser, marché confidentiel)*

**Question sur 5 points**

Comment exploiter au mieux la notoriété et les valeurs associées à la marque Solex pour dynamiser les ventes de Solex électriques en France alors que le marché du v.a.e. reste confidentiel avec un besoin à peine émergent ?

**1.2 - Votre direction opte finalement pour une communication événementielle et vous demande de réfléchir à la mise en place d'un événement cohérent qui pourrait se dérouler durant la semaine du Salon du cycle 2014, salon qui aura lieu en septembre 2014 à Paris, Portes de Versailles.**

*Consignes : Tout évènement cohérent peut être validé à condition d'être justifié, sinon 0*  
*Question sur 15 points (évènement argumenté 5 points, cahier des charges créatif 6 points (2 pour structure, 4 pour contenu), postes budgétaires 4 points, 0,5 point par poste développé et pertinent)*

Evènements envisageables	avantages	inconvénients
<b>Animation sur le salon (essai, course d'endurance, jeux en solex électrique, ...)*</b>	<b>Permet de faire essayer le produit</b> <b>Création de trafic sur le stand</b>	<b>Cible limitée aux visiteurs</b> <b>Possibilités techniques à vérifier auprès des organisateurs</b>
J.P.O. revendeurs après le salon	Prolonge la visibilité	Difficultés à mobiliser les revendeurs pour un produit confidentiel  Pas de simultanéité avec le salon
Opération de street-marketing (essai, course d'endurance, jeu en v.a.e., ...)	Permet de faire essayer le produit Elargir la cible	Complexité logistique et administrative Risques élevés (sécurité, ...)
Evènement presse	Retombées média Cible indirecte large	Action restreinte Retombées aléatoires en // d'un salon car saturation

**\*Evènement retenu**

**Plan de Travail Créatif**

**Fait principal :** Participation au salon du cycle 2014 pour promotion du solex électrique

<b>Problème à résoudre :</b>	Comment la marque solex peut-elle dynamiser sa participation au salon du cycle alors que le v.a.e. reste confidentiel et le nombre d'exposants important
<b>Objectifs :</b>	Faire connaître l'offre solex électrique Véhiculer une image positive et dynamique (tradition, respect, ...) Faire essayer les produits Créer du trafic sur le stand
<b>Cibles :</b>	Visiteurs salon du cycle 2014
<b>Promesse :</b>	Avec l'évènement solex électrique profitez d'un confort mariant modernité et tradition
<b>Justification :</b>	caractéristiques du solex électrique Image de la marque solex Animation proposée lors du salon
<b>Ton :</b>	dynamique et moderne
<b>Contraintes :</b>	Charte graphique et budget Respect des contraintes imposées par les organisateurs

### **Principaux postes budgétaires :**

Aspects humains (hôtesses, intermittents, animateurs, ...)  
Aspects administratifs (assurances, règlement et huissier si jeu-concours, ...)  
Aménagement de l'espace (décoration, piste, ...)  
Aspect matériel (sonorisation, ..)  
Communication de l'évènement (éditions diverses, community management, ...)  
Dotations éventuelles  
Frais divers (repas, déplacements, ...)  
Prestataires éventuels

### **1.3 - Dans le cadre de cet événement, votre supérieur vous demande de lui indiquer les mesures de sécurité et d'assurance que vous suggérez, ainsi que les formalités à respecter en cas d'occupation du domaine public.**

#### 1- Les mesures de sécurité et d'assurance

#### **SECURITE :**

- Veiller à n'utiliser que du matériel professionnel et estampillé NF
- Prévoir un encadrement suffisant en quantité et en adéquation avec les activités prévues (personnel diplômé si nécessaire)
- Si nécessaire prévoir un service de sécurité
- Selon les activités, prévoir un poste de secours
- Veiller à la conformité des installations électriques (nécessité d'un consensuel)
- Avoir prévu l'accès des secours

### ASSURANCE :

L'organisateur d'un événement encourt une triple responsabilité en cas de dysfonctionnements

- Responsabilité contractuelle vis – à – vis de ses partenaires et fournisseurs. Prévoir les règles applicables en cas d'annulation de l'événement. Le cas échéant souscrire des assurances couvrant ce risque
- Responsabilité civile en cas de préjudice subi. Il sera donc essentiel d'avoir déclaré de manière détaillée l'événement à sa compagnie d'assurance
- Responsabilité pénale en cas d'infraction (cette responsabilité n'est pas assurable)

### 2- Occupation du domaine public

- Toute occupation du domaine public nécessite une demande d'autorisation à la Mairie
- Les délais peuvent varier de 1 à 3 mois selon les communes
- Fournir les plans d'occupation, le détail des activités prévues et des emplacements au sol, ainsi que les conditions prévues pour assurer malgré l'événement le libre accès au domaine public.

### REMARQUE

Qui dit événement dit souvent musique, concert... Bien penser à se mettre en règle vis-à-vis de la SACEM.

### Dossier 2 – Veille (sur 20 points)

**2.1- Il vous est demandé de concevoir le questionnaire. Ce questionnaire comportera un nombre suffisant de questions en rapport avec le mode d'administration. Bien préciser le type de question dont il s'agit.**

Questionnaire administré en face à face par des enquêteurs à la sortie du « Salon du cycle » Portes de Versailles à Paris en septembre 2014. Le questionnaire peut aussi être administré dans les couloirs du Salon (solliciter une autorisation des organisateurs). Il sera assez court (10 minutes maxi), car les visiteurs sont pressés.

Les personnes de plus de 16 ans seront interrogées.

### QUESTIONNAIRE EVALUATION DE L'IMAGE DU VELO ELECTRIQUE

Introduction : *bonjour Madame (Monsieur), nous réalisons une étude pour connaître les habitudes des Français en matière de pratique du vélo.*

*Merci de nous accorder quelques instants.*

**Question filtre : Faites-vous du vélo (même si ce n'est que de temps en temps)**

- OUI 1
- NON 2 → Stop questionnaire

**Question 1 : Vous êtes venus au salon pour**

- Une simple visite (promenade) 1
- Voir les nouveautés 2
- Voir les accessoires 3
- Autres (en clair).....

**Question 2 : Votre pratique du vélo : Vous faites du vélo principalement**

- Pour le sport le week-end (ou en vacances) sur un vélo de route 1
- Pour la pratique du VVT dans la campagne (montagne) 2
- Pour aller au travail 3
- Pour tous les déplacements 4
- Pour la promenade en famille dans les parcs de la ville 5
- Pour la compétition 6
- Autres (en clair).....

**Question 3 : Quels types de vélos possédez-vous**

- Vélo de route 1 - VAE 4
- VTT 2 - BMX 5
- Vélo de ville 3 - Aucun 6
- Autres.....

**Question 4 : Avez-vous visité les stands de vélo électrique ?**

- Oui 1 → les stands de quelle marque ?.....
- Non 2

**Question 5 : Avez-vous déjà essayé un vélo électrique ?**

- Oui 1
- Non 2

**Question 6 : Que pensez-vous du vélo électrique ?**

**Question 7 : Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes**

**Le vélo électrique est**

	D'accord	Pas d'accord
Pratique en ville pour monter des pentes	1	2
Pour se promener sur tout type de terrain sans fatigue	1	2
Surtout pour les personnes de plus de 50 ans	1	2
Beaucoup trop cher	1	2
Ecologique	1	2

**Question 8 : A votre avis, quel est le prix moyen d'un vélo électrique ?**

**Question 9 : Vous sentez-vous concerné par le vélo électrique**

- Oui 1
- Non 2
- Pourquoi ?.....

---

**FICHE SIGNALETIQUE**

**Sexe**

Femme 1 Homme 2

**Age**

Moins de 20 ans 1 31/40 3 Plus de 60 ans 5  
20/30 2 41/50 4

Lieu d'habitation, le code postal .....

Profession : .....

*Merci pour toutes vos réponses, nous vous remettons un porte-clefs Vélo électrique Solex*

Les questions sont principalement des questions fermées, la question 6 est une question ouverte.

**2.2- Dites quelles exploitations du questionnaire vous suggérez.**

- permettre de cerner le profil des personnes intéressées par le vélo électrique ainsi que leur pratique du vélo.
- la communication pourra ainsi être adaptée à cette typologie et plus particulièrement la création
- lever les freins par la communication
- adapter l'information aux manques de connaissance
- avoir des éléments pour justifier le prix

**Dossier 3- Relations commerciales (sur 20 points)**

**3.1 - Présentez une liste de prestataires auxquels vous pourriez faire appel pour votre participation au Salon du cycle.**

- Partie organisationnelle du salon :

- Agence de communication (organisation générale et cohérence d'ensemble des actions)
- Organisme qui organise le salon pour la location des éléments du stand ou standiste
- Agence d'hôtesse
- Agence de communication par l'objet publicitaire
- Imprimeurs
- Webmaster/webdesigner pour l'information sur le site internet

- Community manager pour l'animation des réseaux sociaux
- Partie promotionnelle de l'événement :
  - Agence de communication (création des documents)
  - Régies publicitaires pour l'achat d'espace
  - Webmaster/webdesigner pour l'information sur le site internet
  - Community Manager pour l'animation des réseaux sociaux

### 3.2 - Comment les sélectionner et quels critères prendre en compte par type de prestataires ?

Pour comparer et donc sélectionner les prestataires, il faut donc définir les critères objectifs et quantifiables (si possible). Chaque critère se verra attribuer une note de pondération qui dépendra de l'importance qu'attache l'entreprise à tel ou tel élément, le tout sera présenté dans un tableau de scoring.

<b>Pour imprimeurs :</b>	<b>Pour régies publicitaires :</b>	<b>Pour agences de communication</b>
- Prix	- Diffusion	- Respect cahier des charges
- Délais	- GRP - Coût pour 1000	- Références client
- Proximité	- Affinité audience	- Honoraires des prestations
- Gratuité BAT	- Qualités des emplacements	- Réseau de prestataires

Et tout autre critère plus spécifique que pourrait donner un annonceur telle que, par exemple, la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

### 3.3 - Quels types d'avantages et de retombées commerciales, la société Easy Bike peut-elle escompter de sa participation à un tel salon ?

- Retombées à court terme : une meilleure gestion de la relation client et la satisfaction des clients qui pourraient être invités à ce salon, qualification BDD
- Retombées à moyen terme : augmentation du CA, augmentation des parts de marché, retombées presse
- Retombées à long terme : augmentation de la notoriété et de l'image

jepreparemonbtscom.com