

Epreuve	E 5
Matière d'enseignement	Activités de la communication

Corrigé Cas DAXON

Dossier 1 projet de communication

Mission 1

Comment revendiquer l'image d'une enseigne de V.A.D. spécialisée dans la mode pour les seniors alors que suite à des messages contraires diffusés les années précédentes il y a un risque de confusion avec l'image balsamik ?

Mission 2

2 axes

- Spécialiste sénior
- Mode

Daxon , l'enseigne de V.A.D. spécialisée dans la mode senior qui leur offre choix, élégance, confort et simplicité .

Crédible	ancienneté de l'offre, tradition DAXON
Pertinent	attente des femmes seniors, développement du besoin de produits adaptés hommes
Distinctif	autres VADistes rajeunissent leur cible
Pérenne	tendance vieillissement de la population française

Mission 3

Cible principale : H, F plus de 60 ans

Cœur de cible : femme seule , âge moyen 70 ans, rurale ou urbaine

Motivations simplicité, plaisir du confort, offre complète, cadeaux possibles pour les autres, image d'une personne qui assume son âge

Freins coût plus élevé ?, produits pas assez mode, image ringarde

Cibles relais acteurs de proximité seniors (aides ménagères, ...)

Journalistes de la presse écrite et audiovisuelle ciblée senior

Cibles internes salariés groupe DAXON

Mission 4

- Stimuler la fréquentation du site DAXON
- Faire connaître l'offre produit
- Véhiculer une image mode
- Stimuler le buzz et renforcer la présence en ligne
- ... Acceptez tout autre argument pertinent

Mission 5

Droit d'auteur pour identifier la photo : demande d'autorisation de divulgation + respect du droit de paternité en citant le nom du photographe

Droit à l'image : pour la campagne et toute utilisation des photos, faire signer au concurrent un droit à l'image définissant les contours précis de la diffusion

Concours : préparer un règlement intérieur et le mettre à disposition aisée des concurrents

Fichiers : les concurrents vont faire l'objet d'un fichier. Déclaration à la CNIL + respect des 4 droits du consommateur vis-à-vis d'un fichier

Dossier 2 - Veille opérationnelle

Mission 1

l'étude doit permettre :

De faire la liste des points forts et points faibles du site.
D'évaluer les freins à l'achat sur Internet.
De connaître les sites concurrents qui recueillent les appréciations favorables des cibles.
De mesurer la facilité de passage d'une commande.
D'évaluer la rapidité de réponse en cas de problème.
De connaître la perception de la qualité et précision des livraisons.
De recueillir les avis sur les gammes proposées.
De dresser un bilan des différentes attentes et notamment en matière de communication (news letters, promotions...).

Une étude ad hoc et l'exploitation des résultats de l'étude « site centric »

Etude ad hoc : une phase quantitative auprès de 200 personnes clientes avec l'envoi d'un questionnaire auto-administré par mail (on connaît le mail des clientes).

Taille de l'échantillon : 200 femmes ce qui permettra de faire un tri en fonction de l'âge (moins de 70 ans, plus de 70 ans) Si le chiffre de 200 personnes n'est pas atteint, une relance par téléphone sera effectuée avec administration du questionnaire par téléphone. Un petit foulard sera offert aux interrogées.

Le questionnaire sera bâti en fonction des objectifs précédemment listés.

Une phase qualitative auprès de consommatrices de plus de 60 ans qui n'achètent pas sur Internet, afin d'évaluer les freins, les raisons de non achats et de présenter le site Daxon.

La phase qualitative se fera par une réunion de groupe de 9 femmes de la cible / Des femmes de 55 à 60 ans et de PCS cadres moyens. En effet, pour faciliter les échanges le groupe doit être homogène.

Les personnes seront réunies vers 18h dans un hôtel de centre-ville, disposant d'un équipement vidéo et proposant un apéritif. On choisira une ville hors Paris, comme Toulouse ou Dijon, pour éviter les villes ayant une offre de boutiques trop abondantes. Un animateur dirigera la réunion à partir d'un guide d'animation.

Mission 2

On pourrait utiliser Google Analytics ou un autre site de statistique et d'analyse des visites.
Le site <http://www.infowebmaster.fr/statistique.php> propose de nombreux sites de statistique et d'analyse.

Avec Google Analytics il est possible de :

- Connaître la proportion de visiteurs nouveaux et de visiteurs revenant sur le site.
- La durée moyenne d'une session (visite)
- Le nombre de pages vues par session
- Les pages les plus vues
- L'origine géographique des visiteurs
- L'âge, les centres d'intérêt des visiteurs
- Les recherches réalisées sur le site
- Le comportement des internautes (page d'entrée, succession des pages visitées, taux de rebond...)
- ...

En temps réel ou sur une période de référence.

D'un point de vue technique, quelles informations pourriez-vous obtenir avec un tel outil d'analyse ?

Les technologies utilisées (navigateurs, navigateur de mobiles)

Les systèmes d'exploitation utilisés

Fournisseurs de service

Les temps de charge d'une page

Dossier 3 - Relations commerciales (20 points)

Mission 1 : argumentaire structuré CAP/SONCAS

	Caractéristique	avantage	preuve
Sécurité	Leader, n°1 de la presse senior Excellent ciblage	Bonne notoriété Communication auprès des seniors	Date de création : 1997, 2 535 000 lecteurs N°1 senior sur les femmes de 50/64 ans (cf étude)
Orgueil	<ul style="list-style-type: none"> - Puissance d'une grande marque de presse nationale - 2^{ème} mensuel français en diffusion 	<ul style="list-style-type: none"> - Grande diffusion : puissance d'un spécialiste, ciblage générationnel) - Rare opportunité de communication sur cette cible 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 535 000 lecteurs dont 2 millions de lectrices - Cf source OJD
Nouveauté	<ul style="list-style-type: none"> - Pleine vie nouvelle formule - Possibilité de s'intégrer face nouvelle rubrique 	<ul style="list-style-type: none"> - Nouvelle formule avec logo renouvelé, la maquette monte en gamme - Grand choix de rubriques, ce qui permet une meilleure adéquation produit (ex Daxon) 	<ul style="list-style-type: none"> - 13 nouvelles rubriques sur 3 axes forts (plus de sens, plus d'énergie, plus de partage) - Face rubrique mode/beauté
Confort	<ul style="list-style-type: none"> - La régie s'adapte aux impératifs en termes de cibles, de zone de chalandise - Possibilité de création de l'annonce 	<ul style="list-style-type: none"> - Bénéficiaire de l'expertise et des conseils - La régie s'occupe de tout 	<ul style="list-style-type: none"> - Etudes SIMM, Secodip, AEPM ... - Cf Conditions générales de vente
Argent	<ul style="list-style-type: none"> - Grand choix d'insertions publicitaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de s'adapter à tout type de budget 	<ul style="list-style-type: none"> - Cf tarifs publicitaires et conditions commerciales, annexe 12

	<ul style="list-style-type: none"> - Un lectorat très féminin, n°1 sur les seniors 	<ul style="list-style-type: none"> - Totale affinité avec le profil client de Daxon 	<ul style="list-style-type: none"> - 79% de lectrices et 62.8 ans en âge moyen
Sympathie	<ul style="list-style-type: none"> - Féminin qui accompagne la génération des 50/69 ans dans une étape de vie - La presse est un média prioritaire pour cette génération 	<ul style="list-style-type: none"> - Le magazine incarne leur époque, communique leur énergie et diffuse leur influence - Génération qui a grandi avec la presse féminine 	<ul style="list-style-type: none"> - Magazine lui-même au niveau des thèmes rédactionnels - Etude sur les 50 ans et plus, la génération aux 5 pouvoirs (annexe 9)

Mission 2

ORDRE DE PUBLICITE n°

DATE :

Mondadori publicité TSA 70002 - 8 rue François Ory - 92543 MONTROUGE CEDEX Tél : 01 46 48 43 39 - Fax : 01 46 48 43 94 - A votre disposition sur www.mondadoripub.fr	
Client : Nom du contact : Adresse : Téléphone : Mail :	
Titre du support	PLEINE VIE
Edition	Nationale
Date de parution	4 mois
Emplacement et format	<ul style="list-style-type: none"> - 3x 1 page (sur les 3 premiers mois) emplacement FIRST face mode beauté - 1 double d'ouverture sur le 4^{ème} mois
Tarifs brut	36500 x 3 = 109500 + 77350 Total brut : 186 850 euros
Remises	<ul style="list-style-type: none"> - Remise professionnelle -15% - Remise sur CA : -5% 186 850 - 28027.50 = 158 822.5 euros 158 822.5 - 7941.2 = 150 881.38 euros
	Total net HT : 150 881.38 euros Total net TTC : 181 057.65 euros

Signature du commercial :

Signature du client :