

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR / SESSION 2012

FILIERE TERTIAIRE : FINANCES - COMPTABILITE ET GESTION D'ENTREPRISES

EPREUVE :

MARKETING

Durée de l'épreuve : 2 Heures

Coefficient de l'épreuve : 2

CAS Compagnie de Distribution de Côte d'Ivoire (CDCI)

Société anonyme, située en zone portuaire, la Compagnie de Distribution de Côte d'Ivoire (CDCI) apparaît aujourd'hui comme l'une des sociétés majeures dans le secteur de la grande distribution en Côte d'Ivoire. Cette société à vocation commerciale est spécialisée dans l'achat et la distribution des produits de grandes consommations en gros, en demi gros et en détail. Elle a pour objectif principal la satisfaction de la forte demande et la régulation du marché en assurant une stabilité du prix tout en veillant à la qualité de ses produits.

Avec le déclenchement de la crise sociopolitique qui conduit à une baisse de ses marges et même à la fermeture de certains magasins dans les zones Forces Nouvelles, la CDCI connaît une baisse de son chiffre d'affaires.

Par ailleurs, dans un contexte de forte concurrence, la CDCI a opté pour la création de magasins de détails sous l'appellation de King Cash en vue de renforcer sa présence sur le territoire et d'être plus proche de sa clientèle. Cette déconcentration de son réseau de distribution s'est accompagnée de la mise en place d'un système de communication entre la CDCI et les King cash.

I – OPERATIONS DE COMMUNICATION ENTRE CDCI ET KING CASH**1 – Politique produit**

A la Direction commerciale CDCI, lors d'une livraison de nouveaux produits à l'entrepôt par le fournisseur, le service achat, après négociation et conclusion de contrat avec le fournisseur se charge d'informer la cellule King Cash et ceci en leur remettant des fiches de série de création d'articles. Après avoir pris connaissance de ces fiches, la cellule King Cash se chargera d'informer les gérants et aide gérants des différents King Cash et demi gros à travers plusieurs moyens de communication que sont les courriers, le téléphone et le fax pour les magasins de la cellule résidents à l'intérieur du pays et pourtant pour celles résidents à Abidjan, ce sont les inspecteurs qui sont chargés de jouer les intermédiaires. En effet, les King Cash ne sont pas habilités à passer une

commande de nouveaux produits auprès d'un quelconque fournisseur éventuel en dehors de la CDCI.

2 – La politique de prix

Les gérants de chaque magasin ont besoin d'information de prix sur chaque article qu'ils reçoivent. C'est la cellule prix de la Direction commerciale CDCI qui est chargée du traitement des prix en collaboration avec le service achat. Les variables motivant la fixation du prix par cette direction sont multiples dont la principale concerne les prix pratiqués par les fournisseurs lors de l'achat.

3 – La politique de communication

Lorsque, la cellule King cash (regroupant tous les distributeurs King cash) a un souci particulier portant sur un produit ou d'autres éléments, pour avoir une idée sur la quantité de ce produit ou l'élément en magasin, les gérants sont sollicités à l'effet de faire le point sur cette matière et de le transférer à la direction commerciale pour traitement.

II – RESULTATS D'UNE ETUDE REALISEE

1 – La méthodologie utilisée

- Cible : les populations abidjanaises
- Le contexte : connaître les avis des clients par rapport aux prix pratiqués en King Cash pour le savon BF.
- Méthode de recueil d'informations : guide d'entretien
- Durée de l'étude : 2 mois
- Coût de l'étude : 500 000 FCFA

2 – Les résultats de l'étude

A la question :

Q1 : A partir de quel prix pensez-vous que le savon BF moyen vous semble-t-il très cher dans le point de vente ?

Q2 : A partir de quel prix n'achèterez-vous pas le savon BF moyen car de qualité douteuse ?

Les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Prix de vente	100	150	200	250	300	350	400	450	500	550
Prix de vente élevé	0	0	0	10	20	14	20	36	44	56
Qualité insuffisante	60	48	22	16	20	16	8	8	2	0

TRAVAIL A FAIRE

- 1 – Définir les notions de « distribution », « communication », « prix psychologique »
- 2 – Citez deux fonctions de la distribution (vous les expliquerez après les avoir nommées).
- 3 – Schématisez le circuit de distribution des produits présentés dans ce texte.
Qualifiez-le (vous choisirez entre le circuit court, le circuit direct ou le circuit long).
- 4 – Présentez trois contraintes à la fixation du prix.
- 5 – Présentez graphiquement le prix psychologique du produit concerné à partir de l'étude réalisée.
- 6 – Sachant que le produit BF moyen se vend actuellement à 500 FCFA, que conseillerez-vous aux gérants des King cash ? (Justifiez votre réponse).
